



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
CURSO DE COMUNICAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS

JULIANA CHACON BATISTA

**EVOLUÇÃO DO FENÔMENO DA ESPETACULARIZAÇÃO NAS MÍDIAS:**  
**Um estudo de caso do youtuber Whindersson Nunes**

João Pessoa  
2017

JULIANA CHACON BATISTA

**EVOLUÇÃO DO FENÔMENO DA ESPETACULARIZAÇÃO  
NAS MÍDIAS: Um estudo de caso do youtuber Whindersson Nunes**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação em Mídias Digitais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes – CCHLA da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, como requisito para obtenção do Título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Alberto Pessoa

2017

Catálogo da Publicação na Fonte.

Universidade Federal da Paraíba.

Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA).

JULIANA CHACON BATISTA

**EVOLUÇÃO DO FENÔMENO DA ESPETACULARIZAÇÃO NAS MÍDIAS:  
Um estudo de caso do youtuber Whindersson Nunes**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação em Mídias Digitais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes – CCHLA da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, como requisito para obtenção do Título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Alberto Pessoa

Aprovada em \_\_/\_\_/2017.

BANCA EXAMINADORA

---

**Profº. Dr. Alberto Ricardo Pessoa (Orientador)**

Universidade Federal da Paraíba

---

**Profº. Me. Hercilio de Medeiros Sousa**

Universidade Federal da Paraíba

---

**Profª.Dr.ª Signe Dayse Silva**

Universidade Federal da Paraíba

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por essa grande realização.

Agradeço aos meus pais, Janeide Chacon e Antônio Batista por todo o amor, proteção, apoio incondicional que me deram em toda a minha vida, pois tudo o que sou foi graças a eles, são minha base e sou muito orgulhosa de ser afortunada com pais tão incríveis assim.

Agradeço a Roberto César por ser um amigo super-herói e me ajudar quando tudo parecia não dar certo, sua perseverança e positivismo que tudo ia funcionar me motivou muito.

Agradeço ao meu querido orientador Alberto Pessoa por ser um grande amigo e me orientar não somente no TCC, mas por todo o curso.

Agradeço aos meus amigos por todo apoio e diversão que me deram.

Agradeço aos meus professores por todos os conhecimentos que me deram durante essa longa caminhada.

## **RESUMO**

O presente trabalho possui como objetivo realizar uma introdução aos principais conceitos de espetáculo, e como eles são aplicados na redes sociais de compartilhamento de conteúdo digital, utilizando como objeto de análise o Youtube, com ênfase no estudo de caso sobre a fama de um dos formadores de opinião de mais sucesso dentro da plataforma brasileira, o Whindersson Nunes, estudando estratégias de produção e distribuição do conteúdo do canal, e como a teoria de Guy Debord se aplica na construção do conteúdo dessa mídia. O conceito de espetacularização tem um perfeito encaixe o novo mundo digital, assim como também tinha e ainda possui nas mídias analógicas de comunicação. Debord desenvolveu um conceito que pode ser aplicado a todas essas esferas, desde o surgimento de sua teoria até os dias de hoje, que estão dominadas pelas novas tecnologias. O seguinte projeto é relevante para a área de desenvolvimento de pesquisas em comunicação, pois faz uma análise crítica fundamental sobre a utilização das ferramentas de compartilhamento de conteúdo, e para o repensar a forma de consumo atual de conteúdo no meio digital.

**Palavras-chave:** Sociedade do Espectáculo, Youtube, Whindersson Nunes, Guy Debord.

## **ABSTRACT**

The present work aims to make an introduction to the main concepts of spectacle, and how they are applied in the networks of digital content sharing networks, use as a subject of analysis the website Youtube, conducting a case study about a fame of one the most famous and successful formers of opinion within the Brazilian platform, Whindersson Nunes, studying the channel's production and distribution strategy, and how Debord's theory applies to the construction of media content. The concept of spectacularization has a perfect fit the new digital world, as it also has in the images of communication. Guy Debord has developed a concept that can be applied to all spheres, from the rise of his theory to the present day, which are dominated by new technologies. The following project is relevant to a field of communication research development, as it performs a fundamental critical analysis on a use of the content sharing tools, and to rethink a current form of non-digital content consumption.

**Keywords:** Society of the Spectacle, Youtube, Whindersson Nunes, Guy Debord.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ilustração do processo comunicacional. ....	166
Figura 2 - Arte rupestre pré-histórica. ....	188
Figura 3 - Hieróglifos Egípcios. ....	18
Figura 4 - Alfabeto Etrusco VII a.C. ....	19
Figura 5 - Coluna de Trajano, Alfabeto Romano. ....	19
Figura 6 - Carta de Pero Vaz de Caminha. ....	200
Figura 7 - Jornal “Gazeta do Rio de Janeiro”, de 1808. ....	211
Figura 8 - Prensa de Gutenberg. ....	211
Figura 9 - “The London Gazette”, fundado em 1665. ....	222
Figura 10 - Primeira publicação da “Tico Tico”, em 11 de outubro de 1905. ....	233
Figura 11 - ENIAC primeiro computador do mundo. ....	244
Figura 12 - Capa da 1ª edição do quadrinho “Capitão América”. ....	255
Figura 13 - Pessoas na presença da televisão. ....	266
Figura 14 - Volume 12 dos quadrinhos do Homem Aranha, de 1964. ....	27
Figura 15 - Edson Arantes do Nascimento “Pelé”, Copa do México, 1970. ....	28
Figura 16 - TV Spot de Guerra nas Estrelas. ....	28
Figura 17 - Cena do filme “Avatar”, de 2009. ....	29
Figura 18 - Michael Jackson, figura pop mais influenciadora dos anos 80. ....	29
Figura 19 - Notícia em jornal impresso, em 1981 sobre a internet. ....	31
Figura 20 - Primeira página inicial do Youtube. ....	34
Figura 21 - Página inicial do Youtube, nos dias atuais. ....	36
Figura 22 - Guy Debord. ....	38
Figura 23 - Alexandre Ottoni “Jovem Nerd” e Deive Pazos, o “Azaghal” à esquerda. ....	39
Figura 24 - Antonelo em vídeo “Apresentando Minha Casa dos Sonhos da Barbie”. ....	41
Figura 25 - Júlia Silva em seu vídeo “CUIDANDO DA BABY ALIVE JESSIE”. ....	41
Figura 26 - Bel em seu vídeo “CRIANÇA X ADOLESCENTE”. ....	42
Figura 27 - Youtuber consumindo polvo cru em canal “La Fênix”. ....	43
Figura 28 - Youtuber captura experiência tensa dentro de caixa de correio. ....	43
Figura 29 - Camila Uckers em vídeo “Trolei minha avó dizendo que virei garota de programa”. ....	44
Figura 30 - Bel Pesce em vídeo promocional da “Zebeleo”. ....	45
Figura 31 - Alguns dos feedbacks dos visualizadores do vídeo, e suas curtidas. ....	45
Figura 32 - Luccas Neto banhado em Nutella. ....	46
Figura 33 - Jovem se cobre de amebas para ganhar 100 mil likes no Youtube. ....	48
Figura 34 - Artes das capas dos vídeos de React. ....	49
Figura 35 - Garota reagindo ao jogo <i>Crash Bandicoot N Sane Trilogy</i> . ....	50
Figura 36 - Jovem se desespera assistindo ao trailer de Capitão América 2. ....	511
Figura 37 - Funkeiro ostenta em videoclipe promocional. ....	522
Figura 38 - Vídeo mostra momento exato em que MC Daleste é assassinado. ....	54
Figura 39 - Felipe Castanhari conta sobre como foi traído por sua ex-namorada. ....	54
Figura 40 - Página introdutória do canal “MrPoladoful”. ....	56
Figura 41 - Vídeos recomendados do canal “MrPoladoful”. ....	56
Figura 42 - Vídeo do canal “MrPoladoful” – Testando Perfume de Merda! ....	57
Figura 43 - Postagem no Instagram sobre aquisição de automóvel de luxo. ....	61
Figura 44 - Postagem no Instagram com jatinho particular. ....	611
Figura 45 - Gráfico de inscritos do canal, por mês, no Socialblade. ....	633



Figura 46 - Prêmios de alcance no número de inscritos no Youtube. ....	633
Figura 47 - Primeiro hit do canal, “Alô vô, tô reprovado”. ....	655
Figura 48 - Cena do vídeo “Mãe de rico e mãe de pobre”. ....	666
Figura 49 - Cantora Adele, em sua composição original de “Hello”. ....	69
Figura 50 - Whindersson, trajado como Adele, realizando a paródia. ....	69
Figura 51 - Obras mais vistas do canal “whinderssonnunes”, pelo SocialBlade. ....	70
Figura 52 - Vídeo mais recente do canal durante a análise, a paródia “ <i>Rap Lord</i> ” ....	700
Figura 53 - Vídeo original, protagonizado por Haikaiss. ....	721
Figura 54 - Whindersson Nunes reagindo a seu primeiro vídeo. ....	732

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>15</b>
2.1 COMUNICAÇÃO - DEFINIÇÕES E COMPONENTES .....	15
2.2 PROCESSO HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO.....	17
2.2.1 Pré-história e escrita.....	17
2.2.2 Jornal impresso.....	22
2.2.3 Evolução tecnológica e formadores de opinião .....	24
2.2.4 Mídias digitais.....	32
2.2.5 Redes sociais e a auto representação .....	33
2.2.6 Youtube .....	34
<b>3 GUY DEBORD E A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO NO YOUTUBE.....</b>	<b>38</b>
3.1 O ESPETÁCULO NO YOUTUBE.....	39
3.1.1 Banheira de Nutella.....	46
3.1.2 <i>Reacts</i> (Reações).....	48
3.1.3 Ostentação e Luxúria .....	52
3.1.4 Figuras famosas, edição e espetacularização. ....	54
<b>4 WHINDERSSON NUNES E O ESPETÁCULO NAS REDES.....</b>	<b>59</b>
4.1 “VÓ, TÔ REPROVADO” .....	64
4.2 “MÃE DE RICO E MÃE DE POBRE” .....	66
4.3 “QUAL É A SENHA DO WIFI?”.....	68
4.4 “PARÓDIA DE HAIKAISS - RAP LORD” .....	70
4.5 “REAGINDO AO MEU PRIMEIRO VÍDEO” .....	72
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>75</b>
<b>6 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>78</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A câmera começa a gravar. Um garoto de 22 anos, de cabelos escuros, bermuda preta, tatuado e sem camisa realiza uma dança, tocando um teclado imaginário em frente à sua cama. A trilha sonora anuncia com uma música o que parece ser o início de uma performance musical, enquanto o ambiente que está é um quarto simples e bem arrumado, com três camisas vermelhas dentro de um guarda roupa completamente aberto, uma televisão na parede, uma cama rosa bastante arrumada e um computador portátil em cima de um frigobar. Com bastante animação, ele começa a dançar e cantar uma música de Adele "Set Fire to the Rain", em uma versão adaptada ao gênero forró, com bastante animação.

Após a dança, ele parte a falar informalmente com a câmera em seu quarto banhado pela luz do dia, conversando sobre os mais diversos assuntos, como sua vontade em usar gesso utilizado para tratamento de fraturas, para ser mais descolado entre os jovens de ensino fundamental e médio que realizavam assinaturas no gesso e isso é socialmente instigante para os jovens em seus grupos, a sua vontade em utilizar aparelhos de tratamento dentários, faz a comparação entre tratamentos dentários de alunos de escola pública, comparando-os com os da privada, após isso, começa a falar sobre sua falta de pelos faciais, vulgo barba, e os dilemas sociais envolvendo esse fato.

Isso seria um fato banal e cotidiano, a não ser pela circunstância de que, ao invés de estar conversando com uma câmera, ele estava a discursar para mais de 24 milhões de pessoas seguidoras do seu canal no Youtube. Apenas nessa gravação em específico, ele angariou mais de 7 milhões de visualizações do vídeo, e o número apenas tende a aumentar. Essa é a realidade do jovem Whindersson Nunes, uma das maiores estrelas da rede social do Google. Nem mesmo grandes portais de comunicação conseguem alcançar a média de usuários que se registram para seguir seu conteúdo.

Para se ter uma noção, nem a junção dos espectadores de canais dos grandes portais Globo, SBT, Record e Bandeirantes são suficientes para preencher metade da base de usuários cadastrados que o jovem possui dentro da rede social. Enquanto na presente data, em outubro de 2017, os números das redes angariam o valor de aproximadamente 6 milhões, Whindersson já conquista a marca do quádruplo desse número.

A teoria da sociedade do espetáculo foi desenvolvida e publicada pela primeira vez por Guy Debord em 1967, em seu livro intitulado *La Société du spectacle* (A sociedade do espetáculo). No ano de 1988 ele publicou um livro chamado *Commentaires sur la société du spectacle* (Comentários sobre a sociedade do espetáculo), na qual ele comenta acerca de suas

teorias, ele revisita e comenta sobre o seu livro publicado anteriormente. No estudo, iremos utilizar a obra editada em 1997 que se intitula *A sociedade do espetáculo - Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, onde juntam ambos os livros em um, contendo as suas teorias e os seus comentários, esse novo livro foi publicado pela primeira vez em 1992 pela *Editions Gallimard* e sua tradução para o Brasil foi publicada em 1997.

A espetacularização retratada por Debord lida com o fato da produção da mídia angariar espectadores por meio de produção de conteúdo espetacular. Vivemos em uma realidade pacata e monótona, permanecendo em uma rotina diária de obrigações, deveres e compromissos, em sociedade, e com nós mesmos. Todavia, a produção de conteúdo midiático serve tanto como uma extensão da realidade factual, como o jornal, que nos mantém informados das ocorrências diárias em sociedade e o que foi importante no dia a dia, como também possui o tipo de conteúdo desenvolvido para que nos distancie da realidade e nos remeta a diferentes outras, com mundos e situações díspares do factual, sendo cômicas, extremamente dinâmicas e cheias de adrenalina, ou até pavorosas.

Esse conteúdo possui um objetivo específico em conquistar o público com suas histórias, desde as mais próximas da realidade, como novelas, séries televisivas de comédia, até as mais fantasiosas, com universos utópicos e distópicos representados nas grandes salas de cinema e nos quadrinhos, com isso, a mídia consegue extrair sentimentos do público com temas cativantes, e utilizar desse conteúdo para criar uma base de seguidores, consumidores e propagadores desse conteúdo.

Ao aplicar os conceitos de espetacularização de Debord, o presente projeto possui o objetivo de mostrar marcas de seus discursos de forma presente na comunicação dos atuais canais da rede social Youtube, e identificar estes elementos também encontrados no conteúdo produzido por Whindersson Nunes, o maior influenciador digital brasileiro, na produção do conteúdo de seu canal. A análise crítica da produção de conteúdo é bastante importante para obter uma visão mais ampla sobre os meios de distribuição e consumo de conteúdo na sociedade, em suas diversas esferas, pois mais que meros produtores de conteúdo de entretenimento audiovisual nas redes, o papel de responsabilidade destes profissionais com o seu público é ampliado por se tornarem formadores de opinião de milhões de brasileiros.

As histórias fazem parte do cotidiano do ser humano, promovendo sensações únicas, e é destas sensações que vive o espetáculo, o qual sempre existiu desde os primórdios da humanidade retratada em histórias, dos contos de heróis lendários e mitologias seculares, porém através das décadas foi potencializada pela cultura de conexão e ampliação dos

suportes tecnológicos, passando a transformar um indivíduo num quarto de hotel fazendo brincadeiras em frente a câmera, a se tornar uma das pessoas mais influentes do Brasil.

Com o passar do tempo os conceitos teóricos evoluem, passando a possuir um aspecto atemporal, se adequando aos novos cenários da sociedade. Durante o progresso dessa evolução nós temos os meios de comunicação que convergem do analógico para o digital, a utilização de serviços como redes sociais, internet móvel, computadores pessoais e ferramentas profissionais de produção de conteúdo mais acessíveis no mercado. Todos esses fatores contribuem para que o consumidor de conteúdo passe a também ser o produtor dessas histórias, e que a sua história, sua vida, ou contos da vida de outros possam fazer parte da sua voz para com o público, tomando uma posição de disseminador de conteúdo espetacular, em suas diversas faces, como desde os pequenos acontecimentos no cotidiano do produtor de conteúdo, a tentativas mirabolantes de chamar atenção do público através de criação de momentos extravagantes e fora do contexto da vida em sociedade.

Essas novas tecnologias midiáticas estão tão impregnadas em nosso dia-a-dia, nas quais comparamos nossas vidas há dez anos atrás para elas nos dias de hoje, veremos a grande mudança ocorrida, mas que, porém, não é mais sentida. Para Luís Mauro Sá Martino, “É quase um exercício de imaginação pensar o cotidiano sem a presença das mídias digitais” (2015, p. 9). Com isso a espetacularização sempre presente se aderiu às novas mídias, e tais mudanças são importantes e devem ser investigadas, o conceito do espetáculo é o mesmo, o que mudou foi a plataforma a qual o aplicamos, estamos na era de domínio das mídias, que são repletas de imagens.

Segundo Debord (1997, p.14), “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. Atualmente não temos só imagens como também temos vídeos, sons e toda uma valorização dos caracteres que voltam a ser importantes, nas redes sociais temos uma forte presença de imagens misturadas no texto, onde cada uma quer chamar mais atenção do que a outra, quanto mais visualizações, melhor vai ser o espetáculo e a repercussão a qual tal produto imagético terá. O autor (DEBORD, 1997, p.17) ainda afirma que “No espetáculo, imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenrolar é tudo. O espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo”.

Na indústria cultural contemporânea, o que importa são os famosos minutos de fama, a atenção presente no meio do desenrolar é o que conta. O final será o encerramento de toda a espetacularização, e como se diz, o show tem que continuar. A sociedade se encontra em uma alienação tão grande por causa dos novos aparatos tecnológicos que toda forma de entretenimento é mais um espetáculo.

Com toda essa informação em mente, o presente trabalho tem o objetivo de analisar e aplicar o conceito da sociedade do espetáculo de Guy Debord nas redes sociais contemporâneas, mais especificamente, a plataforma de compartilhamento de vídeos Youtube. A mídia digital representa a evolução da comunicação, e se torna imprescindível entender como tal conceito se aprofundou nos meios de comunicação pelo tempo e foi ampliado, servindo como ferramenta para difundir a espetacularização na sociedade, evoluindo para as mais contemporâneas tecnologias que servem como plataforma para distribuição deste tipo de conteúdo.

Esta pesquisa de trabalho de conclusão de curso baseia-se em pesquisa bibliográfica. A abordagem metodológica utilizada é o método dedutivo, partindo de um estudo de caso e estabelecendo um diálogo entre a teoria de Guy Derbord e a observação dos vídeos de Whindersson Nunes e suas marcas de discurso que sinalizam a espetacularização. O procedimento metodológico que será adotado é o comparativo, o qual tem como foco descobrir as relações empíricas entre as variáveis, bem como a explicação de fenômeno e processos específicos do conhecimento e da existência de vínculo entre os distintos fatores relevantes que configuram o fenômeno.

Uma análise comparativa tem como principal objetivo estabelecer vínculos gerais entre os distintos fenômenos a partir de uma análise dos casos de maior importância para a investigação, a partir dos argumentos teóricos mais sólidos e coerentes com os casos analisados. No caso desta pesquisa em questão, a proposta é mostrar que houve uma evolução no conceito de espetáculo digital, comparando os conceitos de espetáculo com as mídias analógicas e as mídias digitais.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 COMUNICAÇÃO - DEFINIÇÕES E COMPONENTES

Comunicação no senso comum é denominado como “transmissão de informações”. No campo da teoria, há autores que se aprofundam na temática e oferecem outras considerações. Segundo Juan E. Díaz Bordenave “A comunicação é uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social.” (2013, p. 19). Todos os seres vivos, sejam pessoas ou animais, utilizam algum meio para se comunicar seja através de palavras, gestos e ações.

O ser humano vai muito além da comunicação do que os animais, é um processo mais complexo e presente em toda a sua vida, como também diz Bordenave “Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, ideias e sentimentos. (2013, p. 36)”, algo que não é característico dos animais irracionais, então o homem consegue transmitir suas mensagens com vários significados. Quando falado a mensagem fica carregada de emoções que as entonações e gestos trazem, como no caso de compartilhar sentimentos, um homem quando se ajoelha e segura a mão de uma mulher, já nos passa a mensagem de um pedido de casamento romântico, mesmo antes dele falar algo, já sabemos do que irá se tratar sua mensagem.

A comunicação foi o canal pelo qual os padrões de vida de sua cultura foram-lhe transmitidos, pelo qual aprender a ser “membro” de sua sociedade. (BODERNAVE, 2013, p. 17).

Para Bordenave a comunicação “Serve para que as pessoas se relacionem entre si, transformando-se mutuamente e a realidade que as rodeia. (2013, p. 36).”, com isso vemos que o ser humano é suscetível a tudo que o rodeia, e com a comunicação, o ser humano consegue fazer grandes proezas na sua vida e na vida dos que o cercam.

Segundo Roberto Elísio dos Santos, “Os estudos da comunicação podem privilegiar o emissor, a mensagem, o código utilizado, o meio que difunde a comunicação, o receptor ou o efeito desse processo.” (2010, p. 14). A comunicação tem vários elementos envolvidos em seu processo de transmitir informações, sendo todos eles necessários para que a informação seja transmitida e entendida de maneira adequada e essa troca sempre aconteça da melhor forma possível.

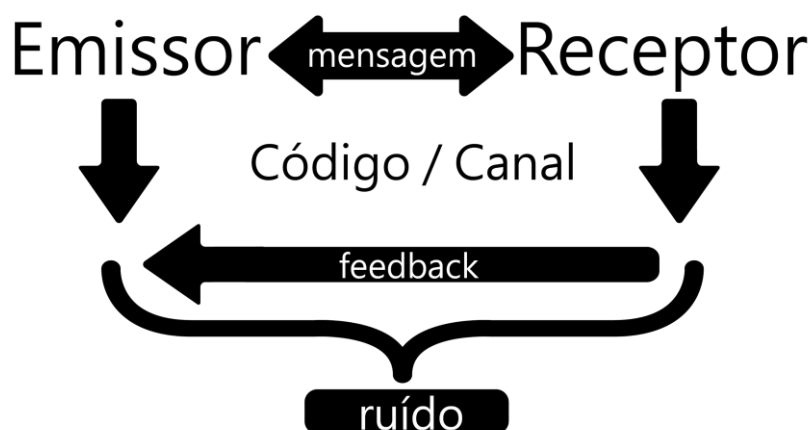
O emissor-codificador é o responsável pela mensagem, a mensagem é o conteúdo transmitido pelo emissor, o código são as regras usadas para se comunicar, no caso pode ser utilizado, por vias de exemplificação a própria língua portuguesa. Quando ambos entendem,

o meio ou canal é a via utilizada para que essa comunicação aconteça seja pela voz, escrita entre outras formas, o receptor é aquele que irá receber a mensagem enviada e poderá emitir uma resposta, o *feedback*, que é onde o emissor da mensagem analisa se sua mensagem teve o efeito desejado, e além desses temos também o contexto que é a situação a qual ocorre a comunicação. E assim tendo por último os filtros, que são possíveis barreiras, ruídos, interferências inoportunas que podem atrapalhar a mensagem de chegar ao receptor de forma correta.

Segundo Guillermo Ballenato Prieto (2013, p.30-31):

[...] a maior parte do peso da comunicação recai sobre o emissor. É ele quem deve procurar esforçar-se por conhecer o seu interlocutor, sintonizar-se com as suas motivações, captar a sua atenção, interessá-lo, saber adaptar a sua mensagem, procurar o momento adequado e assegurar-se e garantir que a sua mensagem chegou e foi corretamente interpretada.

Um emissor sempre deve pensar e analisar seu ambiente e público, utilizando todos os elementos da comunicação de forma correta e clara, principalmente o código, pois se seu receptor não compreender sua linguagem sua mensagem não será interpretada, aplicando a teoria em um conceito prático, seria basicamente como se um profissional de produção de conteúdo abordasse o conteúdo com termos técnicos desconhecidos ao público geral, lidando assim com características que não fossem pertinentes ao tema abordado. Conforme é possível visualizar na figura 1, o fluxo do processo comunicacional.



**Figura 1 - Ilustração do processo comunicacional.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Fonte: <<http://www.metodista.br/ead/rea/wp-content/uploads/2016/04/Processo-de-Comunicação.png>>. Acesso em: 28 de out. 2017.



O ato comunicacional, segundo DOS SANTOS “[...] todo ato comunicacional pode ser definido como uma forma de recriação de uma dada realidade captada por aqueles que se comunicam, a partir de seus próprios conceitos e preconceitos. (2010, p. 16).” Todos possuem o seu imaginário em sua mente e ninguém tem os mesmos conceitos e preconceitos, isso também deixa a comunicação mais interessante, pois esse conflito de ideias ajuda a melhorar e modificar sempre os conceitos e preconceitos das pessoas, ao comunicar a pessoa está partilhando parte de sua mente com a outra.

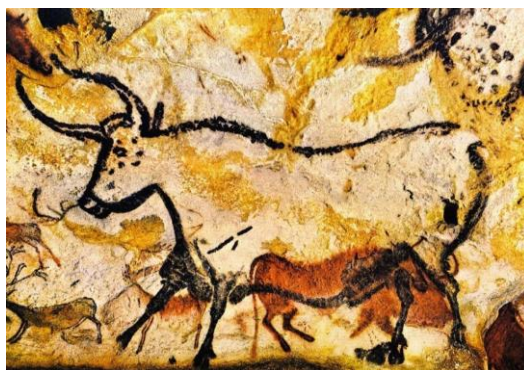
## 2.2 PROCESSO HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO

### 2.2.1 Pré-história e escrita

O ser humano é um ser social que precisa se comunicar, então o surgimento da comunicação foi algo que ocorreu logo nos primórdios da história, na época dos homens das cavernas, eles precisam se comunicar, Prieto “A necessidade que o ser humano tem de comunicar levou a desenvolver, ao longo da história, sistemas muito diversos que lhe permite enviar sinais à distância, sem que seja preciso que o emissor e o receptor tenham de estar presentes no mesmo local. (PRIETO, 2013, p.24).” Sistemas esses que começaram com gestos e sons dos neandertais ao surgimento da internet. Outro autor que concorda com essa afirmação de Pietro é Bordenave, que afirma:

[...] Começou com os grunhidos e os gestos dos poucos homens recém-emergidos da animalidade original, evoluiu e se enriqueceu em seu conteúdo e em seus meios, ganhando cada vez maior permanência e alcance. (BORDENAVE, 2013, p. 34).

As pinturas nas cavernas formaram uma linguagem de comunicação complementar à linguagem e a convivência em sociedade começou a se desenvolver melhor, como afirma Prieto (2013, p.26) “A linguagem foi o ponto de partida do desenvolvimento pessoal e social do ser humano. A vida em sociedade e a convivência em harmonia dependem em grande medida do uso adequado que se faça desta possibilidade de comunicarmos eficazmente”.



**Figura 2 - Arte rupestre pré-histórica.<sup>2</sup>**

Para eternizar algo na época em que não se tinha ainda a escrita, as pessoas utilizam da fala, contando histórias para que as mesmas fossem passada de geração para geração, principalmente referente a algo perigoso, como por exemplo, se uma criança queria ir para a floresta as pessoas logo falavam que lá morava um monstro terrível que devorava a todos que se aproximasse de seu domínio, essas histórias aterrorizavam as crianças e pessoas e ninguém ia no meio da floresta pois acabam ficando com medo do grande monstro, mas que no fim era tudo espetacularização no sentido de proteger a todos.



**Figura 3 - Hieróglifos Egípcios.<sup>3</sup>**

A era da escrita veio logo em seguida sendo iniciada há cerca de 5 mil anos, provindas da necessidade da área agrícola para plantio e comércio. A início a escrita era ideogramática, onde pode-se comprovar através das esfinges no Egito, onde cada palavra era

---

<sup>2</sup> Fonte: <<https://pesquisadoralbertopessoa.wordpress.com/2015/10/26/questoes-acerca-do-alfabetismo-visual/>>. Acesso em: 25 de out. 2017.

<sup>3</sup> Fonte: <<https://pesquisadoralbertopessoa.files.wordpress.com/2014/09/hieroglifos-egipcios.jpg>>. Acesso em: 26 de out. 2017.

um símbolo que representava uma idéia, após isso veio o sistema fonético criado pelos sumérios no ano 1700 a.C., cada símbolo sendo um som. E finalmente a escrita alfabética, utilizada nos dias de hoje, teve seu nascimento na Europa Central em 700 a.C. com letras que quando juntas formam sílabas e palavras. A seguir vemos uma imagem do primeiro alfabeto, tendo sido criado pelos Etruscos:

Alfabeto  
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z (En orden)  
 Numerales  
 I=I (1)  
 V=V (5)  
 X=X (10)  
 D=↑ (50)

**Figura 4 - Alfabeto Etrusco VII a.C.<sup>4</sup>**

Como vimos anteriormente, o ser humano precisa trocar informações, porém além da troca oral e presencial, ele precisava de algo que ligasse distâncias, trocando informações com pessoas que se encontravam geograficamente mais distantes, foi então que surgiu o correio nos tempos antigos ainda como relata Antonio F. Costella (2002, p.61) “(...) encontramos eficientes sistemas de correspondência nos impérios egípcios, chinês, persa e romano”.



**Figura 5 - Coluna de Trajano, Alfabeto Romano.<sup>5</sup>**

As cartas foram muito importantes na época da expansão marítima, foi a partir dela que grandes desbravadores descobriram novas terras e avisaram aos seus reis de seus feitos, algumas cartas era bem espetaculosas, contendo exageros e extravagâncias, sobre monstros, sereias e povos estranhos. Era tão especulativas que os marinheiros queriam ir em expedições com o anseio de encontrar e ver pessoalmente tão criaturas, na Grécia principalmente, tinham

<sup>4</sup> Fonte: <<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/23/AlfabetoEtrusco.gif>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

<sup>5</sup> Fonte: <[https://pesquisadoralbertopessoa.files.wordpress.com/2014/09/trajan\\_inscription\\_duotone.jpeg](https://pesquisadoralbertopessoa.files.wordpress.com/2014/09/trajan_inscription_duotone.jpeg)>. Acesso em: 27 de out. 2017.

muitas histórias com monstros e marinheiros enfrentando a fúria do Deus dos oceanos Poseidon com seus poderes e monstruosidades aquáticas terríveis.



**Figura 6 - Carta de Pero Vaz de Caminha.<sup>6</sup>**

Mesmo antes desses povos criarem seus sistemas postais de envio, existem relatos de cartas enviadas através de mensageiros para outras pessoas, porém para ser correio é necessário a regularidade do serviço e Costella (2002, p.61) entende correio como “(...) a linha regular de troca de informações, a qual, para manter sua regularidade, é dotada de infraestrutura adequada e permanente”. Segundo Roger Parry (2012, p.121):

Durante milhares de anos, cartas - palavras escritas ou impressas levadas de uma pessoa a outra - foram a principal forma de envio de mensagens. Foi o sistema postal que fez da carta (e sua resposta) um meio de comunicação tão importante.

Como não existiam ainda outros meios de comunicação a carta era a responsável por levar notícias a todos e com isso ser tão importante por um período tão longo da história, Parry (2012) observa que a carta foi o primeiro exemplo do poder dos efeitos de rede nas comunicações, e o primeiro a pôr em discussão os benefícios sociais do acesso universal à informação. Foi a partir dessa nova necessidade de informações que surgiram as gazetas manuscritas, e Costella relata o surgimento da gazeta como “A abundância de correspondência redundou no surgimento espontâneo da gazeta manuscrita, isto é, o jornal feito à mão”.

<sup>6</sup> Fonte: <<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/11/Carta-caminha.png>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



Figura 7 - Jornal “Gazeta do Rio de Janeiro”, de 1808.<sup>7</sup>

Uma invenção que revolucionou o mundo foi a prensa de Gutenberg que segundo Asa Briggs e Peter Burke (2016, p.27) “[...] O ano de 1450 é a data aproximada para a invenção, na Europa, provavelmente por Johann Gutenberg de Mainz, de uma prensa gráfica”. Essa nova tecnologia trouxe uma grande evolução para a época, onde antes os livros eram produzidos um de cada vez, feitos a mão e escritos com penas de ganso. Com a prensa os livros começaram a serem produzidos em massa, sendo o primeiro livro a ser impresso a bíblia o que fez com que a palavra divina fosse propagada de uma forma melhor, e as pessoas começaram a ter acesso maior e mais duradouro as palavras de Deus. A partir de então houve uma grande difusão de cultura de uma sociedade por meio da impressão.



Figura 8 - Prensa de Gutenberg.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Fonte: <[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/26/Gazeta\\_do\\_Rio\\_de\\_Janeiro\\_1808.png/1200px-Gazeta\\_do\\_Rio\\_de\\_Janeiro\\_1808.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/26/Gazeta_do_Rio_de_Janeiro_1808.png/1200px-Gazeta_do_Rio_de_Janeiro_1808.png)>. Acesso em: 27 de out. 2017.

<sup>8</sup> Fonte: <http://s2.static.brasile Escola.uol.com.br/img/2014/10/maquina-de-impressao.jpg> Acesso em: 27 out. 2017.

### 2.2.2 Jornal impresso

Com a revolução industrial, onde as máquinas a vapor foram inventadas e começaram a tomar o lugar nas produções, alterando o trabalho artesanal pelo assalariado, onde com isso as pessoas passaram a comprar mais o jornal, como afirma Parry “As primeiras publicações tinham uma distribuição limitada. As prensas a vapor proporcionaram aos jornais circulação em massa e um poder gigantesco” (2012, p.39). Com isso ele acabou se estabelecendo como a mais importante fonte de informações, e com a chegada das máquinas houve um aperfeiçoamento na sua produção e desse modo sua configuração começou a se assemelhar com a que temos atualmente. E como informa Lage (2008) o jornal “(...) Trata-se de cadernos de papel não grampeados, em formato *standard* (58cm x 36cm) tablóide (36cm x 29cm) ou intermediários.”, e esse formato é usado a muito tempo em todo o mundo.



**Figura 9 - “The London Gazette”, fundado em 1665.<sup>9</sup>**

O jornal, como afirma Ciro Filho (2002), possui o papel de construção de um conteúdo jornalístico com forte influência na formação da opinião pública. As pessoas confiam no jornal, é uma fonte segura, mesmo com o surgimento das mídias digitais e redes sociais, os jornais ainda são fonte de muita segurança, é tanto que suas páginas e sites no meio digital também carrega essa carga de segurança pois o seu modo analógico criou toda essa reputação. Porém o que faz a pessoa comprar o jornal impresso e não se informa apenas com o digital segundo Nilson Lage (2008), o que o levou à compra foi a informação impressa com tinta sobre o papel., muitas pessoas ainda prezam por terem em mãos as informações, sem contar com a facilidade de apenas pegarem as folhas e lerem.

<sup>9</sup> Fonte: <[http://www.anj.org.br/wp-content/uploads/londongazette\\_e5a27.jpg](http://www.anj.org.br/wp-content/uploads/londongazette_e5a27.jpg)>. Acesso em: 27 de out. 2017.



As características principais desse meio de comunicação em massa, o jornal, foi a sua periodicidade e a sua diversidade de assuntos, e segundo Filho (2002), o jornalismo é a forma mais impessoal, informativa, aparentemente neutra, aparentemente objetiva, de se anunciar fatos que acontecem na vida pública, na economia, nas cidades, no comportamento, no lazer, etc. Todas as pessoas se beneficiam ao ler jornais, ficam informadas sobre tudo o que acontece no ambiente em que convive e em todo o mundo, espera-se primordialmente a impessoalidade do jornal para a pessoa também tomar partido do que achar certo seguindo suas convicções e preceitos.

Filho (2002) lembra que o jornal era o único veículo de massa antes da chegada do rádio comercial na década de 1920, e da televisão na década de 1950, mesmo com a chegada dessas mídias, o jornal impresso ainda continua com sua forte influência na formação da opinião pública, as novas mídias analógicas também eram fontes de informações, até mais rápidas que o jornal impresso. Porém cada uma sem sua linguagem e formato, o jornal sendo impresso em folha e contendo informações escritas e imagens, o rádio usando o som para se comunicar e a televisão as imagens e sons.

É importante frisar que na declaração de Filho ele desconsidera publicações em formato de revistas como a primeira revista lançada no Brasil no ano de 1812 em Salvador que se intitulava “As Variedades ou Ensaaios de Literatura”, a revista “O Patriota” em 1813, a primeira revista voltada para o público feminino “O Espelho Diamantino” lançada em 1827 e como o Tico Tico, de 1905 entre outras e que tinham uma tiragem considerada de massa para os padrões da época.



**Figura 10 - Primeira publicação da “Tico Tico”, em 11 de outubro de 1905.<sup>10</sup>**

<sup>10</sup> Fonte: <<http://nanquim.com.br/wp-content/uploads/2013/05/o-tico-tico-1.jpg>>. Acesso em: 27 out. 2017.

### 2.2.3 Evolução tecnológica e formadores de opinião

Na Segunda Guerra Mundial ocorreu uma revolução tecnológica que acarretou no início do surgimento das novas tecnologias que conhecemos hoje, na guerra surgiram as grandes máquinas que pesavam em torno de 30 toneladas e mal cabiam em uma sala. Porém graças a Apple e a Microsoft hoje possuímos os computadores pessoais, menores e portáteis, essas duas empresas foram as responsáveis pelos avanços mais significativos na computação pessoal.



**Figura 11 - ENIAC primeiro computador do mundo.<sup>11</sup>**

A partir da 2ª Guerra Mundial temos pela 1ª vez uma mídia pensada para o adolescente, até então a criança se tornava adulto, pois o máximo que ele poderia ser era uma cópia do pai ou da mãe. Com o surgimento de ícones da espetacularização como James Dean, Elvis Presley e mais tarde Beatles, o jovem passa a ser um indivíduo a ser seduzido com estratégias de comunicação que se aproxima da espetacularização.

Nos anos 40 temos o surgimento do Capitão América, que tomou parte da história como primeiro ícone da espetacularização em virtude da Guerra que estava acontecendo, servindo como figura de simbólica representando a força dos Estados Unidos da América na luta contra o nazismo, usando roupas inspiradas nas cores e símbolos da bandeira americana. O personagem dos quadrinhos atraiu a atenção de todos os jovens americanos, e a capa da primeira edição foi um exemplo claro de espetacularização, o Capitão América aparece

<sup>11</sup> Fonte: <[https://sites.google.com/site/historiasobreositesdebusca/\\_/rsrc/1272389609113/primeiro-computador-do-mundo/ENIAC\\_Penn1.jpg](https://sites.google.com/site/historiasobreositesdebusca/_/rsrc/1272389609113/primeiro-computador-do-mundo/ENIAC_Penn1.jpg)>. Acesso em: 27 de out. 2017.



socando o Hitler bem em frente aos seus soldados, a capa era representativa, pois simbolizava o desejo do norte americano com o objetivo da guerra, servindo como apoio moral para o ideal americano, de força, determinação e bons costumes, as revistas em quadrinhos representavam a América está ganhando a guerra contra os nazistas.



Figura 12 - Capa da 1ª edição do quadrinho “Capitão América”.<sup>12</sup>

Com o surgimento da televisão nos anos 50, no Brasil, vemos a espetacularização tomar forma e dinamismo pela sequência de imagens formando cenas em movimento, distribuídas por sinal de frequência para diversos aparelhos receptores, aumentando drasticamente o alcance da comunicação para as pessoas, surgindo programas espetaculares, como programas de auditórios, telejornais e seriados que conquistam e prendem a todos em frente a tela. Alguns programas como “O Cavaleiro Solitário”, “Lassie” e “Papai Sabe Tudo”, antes figuras presentes no cotidiano dos norte-americanos, passam a fazer parte do conteúdo distribuído em terras brasileiras, por meio do seu conteúdo espetacular em diversas abordagens, temas e públicos distintos.

O aparelho mudou drasticamente a forma de consumir conteúdo dentro da sociedade, na qual hábitos como a reunião em frente à televisão para consumir determinados programas. Na época de surgimento do aparelho, poucas pessoas tinham condições financeiras para

<sup>12</sup> Fonte: <<http://f.i.uol.com.br/folha/folhateen/images/11090203.jpeg>>. Acesso em: 27 out. 2017.

adquirir o aparelho, então era normal juntar os vizinhos para olharem a programação, sendo assistindo todos na sala ou observando pela janela. Foi nesse cenário social televisivo que uma revolução foi iniciada, era o início da comunicação da mídia massiva televisionada, que tomaria grandes proporções e que está em alta até os dias de hoje.



**Figura 13 - Pessoas na presença da televisão.<sup>13</sup>**

Durante a década de 60, percebe-se uma mudança na figura do super-herói. O surgimento de um herói que tinha poderes especiais, mas que também possuía outra característica interessante, que começava a fazer parte da composição do personagem, a figura do cidadão comum entrava em cena para dar um ar de serenidade e realidade à figura heroica, tornando-o por trás da máscara uma pessoa como qualquer outra. O primeiro herói a preencher esse espaço nos quadrinhos foi Peter Parker, o homem-aranha, que fez os jovens da época se identificarem e compartilharem o seu sentimento, mesmo que seus poderes não fossem condizentes com a realidade.

O herói fez tanto sucesso que até hoje o vemos presente nos elementos da cultura popular brasileira e internacional, presente em todas as mídias e sendo estampado e vendido em diversos produtos, o que mostra o quão grande é a força do espetáculo dele, apesar da sua imagem de simplicidade e modéstia frente a poderes tão grandes. A sua imagem foi memorizada e eternizada sendo sempre reinventado para acompanhar as novas gerações.

---

<sup>13</sup> Fonte: <<https://historiacom.files.wordpress.com/2012/05/a5.jpg>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



Figura 14 - Volume 12 dos quadrinhos do Homem Aranha, de 1964.<sup>14</sup>

Com o advento da transmissão em cores na televisão durante Anos 70, foi possível perceber o uso da cor como forma de captura de atenção e potencialização do dinamismo dentro da composição visual do conteúdo. O estudo da cor é levado em consideração para instigar o espectador por suas qualidades visuais, e foi um marco na mudança de qualidade de reprodução de conteúdo que seria mudado de tantas formas a seguir.

A distribuição de aparelhos com a nova tecnologia tomou parte em um tempo marcante para o estabelecimento de uma das figuras extraordinárias da cultura popular brasileira, o Pelé, em plena exibição no Brasil foi da copa Mundial, onde milhares de pessoas adquiriram para si um aparelho televisivo com o maior intuito de ver o Brasil ser três vezes campeão mundial, e consequentemente observando o grande herói da seleção.

O espetáculo no esporte brasileiro mais tradicional enraizado dentro da cultura, são atualmente casos claros da cultura do espetáculo, pois move multidões aos estádios todos os anos, em busca de grandes partidas e nomes destacados nos jornais do dia seguinte, como futuros fenômenos do futebol, como Neymar, Kaká e Ronaldo.

<sup>14</sup> Fonte: <<https://i.ebayimg.com/images/g/iK0AAOSwXetZS~Ns/s-l500.jpg>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



**Figura 15 - Edson Arantes do Nascimento “Pelé”, Copa do México, 1970.<sup>15</sup>**

A chegada de *Star Wars*, em 1977 no cinema acarretou no desenvolvimento da jornada do herói na cultura popular mundial, introduzindo efeitos especiais não antes vistos na história do cinema, situados em um universo utópico, onde naves espaciais, armas que atiram raios laser e espadas de alta tecnologia atiçaram a imaginação dos jovens da época, que sonhavam com as aventuras dentro do universo fantástico criado por George Lucas.

A produção foi pioneira na criação de efeitos práticos e especiais, que atualmente fazem parte de uma das indústrias de conteúdo mais fortes no contexto sociocultural da atualidade, o cinema contemporâneo e os *blockbusters*, produções cinematográficas com orçamentos milionários que não dispensam capital para criar os efeitos especiais mais surreais, da forma mais realista possível, dentro dessas produções de maior referência dentro da cultura pop, *Avatar*, de James Cameron.



**Figura 16 - TV Spot de Guerra nas Estrelas.<sup>16</sup>**

<sup>15</sup> Fonte: <<https://i.pinimg.com/736x/39/0e/0d/390e0d563365e7a4d98a51e80f2827eb--international-football-football-players.jpg>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

<sup>16</sup> Fonte: <<https://i.ytimg.com/vi/gHy6GAClhK4/maxresdefault.jpg>>. Acesso em: 27 de out. 2017.





**Figura 17 - Cena do filme “Avatar”, de 2009.<sup>17</sup>**

Os anos 80 foram essenciais para o desenvolvimento de personagens que fariam parte essencial da cultura pop durante décadas, em filmes, séries, videocliques, novelas, e outros suportes. Estrelas como Michael Jackson, Madonna e David Bowie faziam sucesso dentro do cenário musical mundial. Marty McFly, do filme "De Volta para o Futuro", Ferris Bueller, de "Curtindo a Vida Adoidado" e John McClane, do clássico "Duro de Matar" foram figuras excepcionais conhecidas no cinema e televisão, e assim participando como figuras de idealização dentro do contexto da sociedade, mesmo sendo parte de um universo fantasioso. O desenvolvimento de clássicos do conteúdo audiovisual, unido a progressão da cultura pop da época e da filosofia de consumo estabelecida dentro dos comerciais, presentes no meio de comunicação de massa fizeram dos anos 80 um referencial forte no desenvolvimento da sociedade do espetáculo, com seu estilo de moda e pensamento perdurando até os anos 90.



**Figura 18 - Michael Jackson, figura pop mais influenciadora dos anos 80.<sup>18</sup>**

<sup>17</sup> Fonte: [http://1.bp.blogspot.com/-\\_0DH2uS3fIQ/TimR6J2G3CI/AAAAAAAAHRQ/aiHt6B84fEk/s1600/avatar3.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-_0DH2uS3fIQ/TimR6J2G3CI/AAAAAAAAHRQ/aiHt6B84fEk/s1600/avatar3.jpg) Acesso em: 28 out. 2017.

<sup>18</sup> Fonte: [http://www.bandascalla.com.br/wp-content/uploads/2017/09/michael-jackson\\_sTeAw0.jpg](http://www.bandascalla.com.br/wp-content/uploads/2017/09/michael-jackson_sTeAw0.jpg) Acesso em: 28 out. 2017.

Com o desenvolvimento tecnológico e novas formas de consumo, vieram os artistas musicais, esportistas, personagens de obras cinematográficas e atores que iriam influenciar a opinião pública com a qualidade da sua obra, sua forma de pensar, seu estilo de vida, poder aquisitivo e relevância social, fatores os quais são determinantes na construção da motivação do público em consumir e seguir tendências com base no que o formador de opinião tende a oferecer. É importante entender como cada suporte midiático foi capaz de demonstrar seus destaques em termos de figuras que se popularizaram e viraram referência dentro de cada meio de consumo.

Canais de emissoras de televisão abertas como MTV tomaram-se portais de divulgação de conteúdo musical e apresentaram videoclipes de grandes artistas, com a migração do público consumidor dessa mídia para as plataformas de redes sociais na internet, posteriormente canais como VEVO passaram a fazer sucesso e serem referência de consumo dos artistas mais famosos, contando com o suporte de seu conteúdo até no YouTube. Douglas Kellner (2004, p.10) declara que “A música popular também é influenciada pelo espetáculo de uma vez que a televisão vídeo-musical (MTV) se tornou a principal provedora de música, transformando o espetáculo no centro de produção e da distribuição musical.”, “O espetáculo da mídia é, realmente, um culto a celebridade, que proporciona os principais padrões e ícones da moda, do visual e da personalidade.” (2004, p.7) também depõe em sua obra sobre a cultura de mídia.

A relevância de produtos midiáticos audiovisuais nesses canais de distribuição na mídia televisiva foi imensurável, visto que impulsionou gerações com a moda e tipos de personalidade e pensamento, sendo elementos propagados pelos formadores de opinião de um público jovem que sofria com a realidade da Guerra Fria, a qual perdurou até os anos 90, numa época de tensão política mundial, além de grandes revoluções e movimentos sociais que impulsionaram a globalização na sociedade capitalista atual.

Um dos elementos que impulsionou a globalização e conexão de uma ponta a outra do mundo foi a internet, que veio surgir em 1980 e começou a ser popular no ano de 1988, mas foi a partir dos anos 90 com toda a revolução dos PCs (computadores pessoais) que a internet passou a ser um bem de consumo.

A possibilidade de compartilhar dados na forma de dígito combinada com a integração de processadores em redes de alta velocidade estabeleceu as condições, ao longo do século XX, para o desenvolvimento de uma teia de conexões descentralizadas que veio a se tornar a internet. (MATINO, 2015, p.12).

Foi em 1991 que Tim Berners-Lee criou a “*World Wide Web*” (www), que possibilitou a criação de páginas e sites que poderiam ser acessadas por várias pessoas em locais diferentes, e nessa mesma época foi desenvolvido o *HyperText Transfer Protocol Secure* (HTTPS) que são os envios de dados criptografados, com essas criações a internet ganhou um novo rumo e os usuários ganharam maior interesse em se aventurar nesse novo mundo digital, primeiramente através da internet discada, seguindo pela banda larga e atualmente também presente em conexões móveis através de redes 3G e 4G.



**Figura 19 - Notícia em jornal impresso, em 1981 sobre a internet.<sup>19</sup>**

A medida em que a conexão da rede de computadores passou a ampliar-se, o conceito de distância e tempo de comunicação mudou, trazendo informações em um novo tipo de plataforma de serviço e dando espaço para um tipo de comunicação mais rápido e interativo, impulsionando empresas como *Google* e *Yahoo* a criarem serviços de pesquisa bastante eficientes, servindo ao usuário desde o mais leigo ao veterano no uso de computadores. Com essa popularização do serviço, mais pessoas começaram a prestar atenção na rede e como elaborar formas de utilizá-las para determinados fins, como comércio eletrônico, distribuição de mídia de diversos formatos, conforme a qualidade do serviço foi aumentando, empresas começaram a fazer sua publicidade dentro da rede e a mídia digital tomou forma dentro da plataforma de distribuição que foi feito possível pela viabilização do computador pessoal.

---

<sup>19</sup> Fonte: <<https://i1.ytimg.com/vi/c7hIQhkzgye/hqdefault.jpg>>. Acesso em: 28 de out. 2017.

### 2.2.4 Mídias digitais

As mídias digitais são consideradas por muitos o novo sucesso do mundo atual, através da criação de todos os novos aparatos tecnológicos, e como relata Martino (2015, p. 13) “A partir de 1995, de maneira cada vez mais rápida, as mídias digitais e a internet passaram a fazer parte do cotidiano, espalhando-se não apenas no uso de computadores, mas também, em um segundo momento, em celulares, smartphones e outros equipamentos.” Foi incrível que a velocidade que as novas mídias se instalaram em nossas vidas e evoluíram em um período tão curto de tempo.

Antigamente, as mídias massivas apresentavam um conteúdo com baixa interatividade comparado a existente atualmente dentro do contexto das redes sociais, e o usuário tomava uma posição passiva na comunicação, porém as mídias digitais se tornaram rapidamente populares e indispensáveis na vida de todas as pessoas, durante o boom nos anos 90 e 2000. É raro encontrar pessoas atualmente, principalmente os mais jovens, que não estejam conectados de alguma forma as mídias digitais.

A necessidade de expressão dentro dos meios digitais, aliado a capacidade de representação do usuário dentro da rede, foi o que potencializou o uso deste meio em detrimento às mídias analógicas e de massa, como a televisão. A web 2.0 tornou toda essa experiência interativa, com o uso de websites visualmente mais atrativos.

[...] Web 2.0... para definir o alto grau de interatividade, colaboração e produção/uso/consumo de conteúdos pelos próprios usuários. Em oposição ao caráter “fixo” da Web 1.0, que operava ao redor sobretudo de “páginas” com elementos relativamente estáveis, como blogs, navegadores, transposição de conteúdos *offline* para o digital, a Web 2.0 se apresentava como uma plataforma dinâmica, em constante transformação gerada pelas interações entre usuários. As redes sociais, o *Google* e as produções colaborativas seriam exemplos desse cenário. (MARTINO, 2015, p. 12-13)

Martino nos mostra uma conceitualização acerca das Web 1.0 e 2.0. Na web 1.0 o modo de interação dos usuários com a internet começou com um conteúdo mais estático, onde os usuários não tinham interação, era um conteúdo apenas onde as empresas e instituições passavam as informações e as pessoas as recebiam, assim como acontecia com os meios de mídias analógicos. A web 2.0, porém, veio para melhorar a interatividade entre o usuário e os transmissores de conteúdo, além de agora ser possível os usuários serem os criadores dos conteúdos. O YouTube é o melhor exemplo dessa web 2.0, sendo um site regido pelos usuários, onde os que conseguem mais seguidores vira celebridade.



### 2.2.5 Redes sociais e a auto representação

A rede social é bastante contemporâneo, que está intrinsecamente ligado ao dia-a-dia das pessoas do século 21, onde basicamente toda a população sabe/tem acesso a alguma e a utiliza para se comunicar com os outros através de algum dispositivo eletrônico com acesso a internet e segundo Filho (2014, p.399) “O que diferencia uma rede social é justamente o laço social (como amizade ou parceria em negócios) criado e mantido entre seus participantes (indivíduos, grupos, organizações).” A rede social é o lugar onde todos se aproximam, pessoas com algo em comum se conectam, seja por meio de já se conhecerem no mundo real, seja por descobrir algum gosto semelhante no virtual e conversarem, é possível ter amigos do outro lado do mundo com a internet.

Por definição, uma rede social pode ser comparada a uma praça, um clube ou um bar, esse é o espaço no qual, as pessoas trocam informações sobre as novidades cotidianas de sua vida, mostram as fotos dos filhos, comentam os vídeos caseiros uns dos outros, compartilham suas músicas preferidas e até descobrem novas oportunidades de trabalho. Exatamente como pode ser na vida social, a diferença é que não há contato pessoal. Tudo é on-line. (VICENTE, 2014, p. 22)

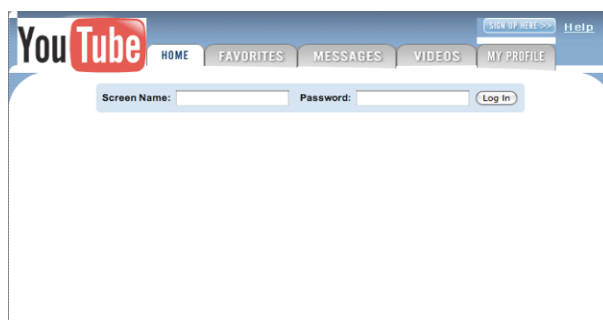
E com essa definição vemos que os acontecimentos da vida que antes aconteciam apenas no espaço físico, agora também se projetam no virtual, as redes sociais já existiam no mundo real, agora apenas passaram a ter um outro tipo de significado, redes sociais na internet, porém todos já relacionam o termo a vindo da internet. E como nos mostra Vicente (2014, p.20) “Assim são as redes sociais na Internet: uma explosão e um fervilhar de informações, construindo e reconstruindo e se fazendo à medida que todos participam.” essas redes são altamente colaborativas, algo característico da web 2.0, sempre tem novo conteúdo e os mesmos conteúdos são reinventados, e as informações estão sempre sendo transmitidas de maneira muito rápida, o que é sucesso hoje, pode nem ser lembrado amanhã, porém continuará sempre armazenado na web.

As redes sociais são uma novidade com várias funções e segundo Vicente (2014, p.19) “As redes sociais recentemente passaram a ser um termo utilizado como um fenômeno novo e de grande força na sociedade atual, seja para diversão, educação, como instrumento de conscientização das massas populares, divulgação de ideias” porém podemos notar que a diversão é o ponto auge, em todas as redes sociais podemos notar que temos um público maior para o entretenimento, sendo claro possível obter informações sobre o mundo com

páginas e sites focados em conhecimento, mas o que grande parte da população consome são as páginas contendo humor.

### 2.2.6 YouTube

Quando se pensa em redes sociais um dos primeiros nomes que vêm a mente é um dos sites mais antigos, o Youtube, plataforma de compartilhamento de vídeos da atualidade, surgiu no dia 14 de fevereiro 2005 e foi desenvolvido por três ex-funcionários do PayPal, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, os quais desejavam compartilhar vídeos longos na internet, e eram insatisfeitos com a qualidade dos serviços de vídeo na época, pois eram bastante difícil.



**Figura 20 - Primeira página inicial do YouTube.<sup>20</sup>**

Para se ter uma ideia da qualidade dos serviços de compartilhamento de vídeo, o tempo para fazer o carregamento do conteúdo era longo, ou o conteúdo era disponibilizado em anexos de correios eletrônicos, em baixíssima qualidade, para haver a possibilidade de preencher adequadamente o espaço. Porém, pelo tamanho ocupado pelo arquivo dos vídeos, infelizmente poderia ocorrer de não ser possível enviar o conteúdo por e-mails, que possuíam um limite de espaço disponível para cada envio.

A ideia dos fundadores da rede era simples, possuir um catálogo online de distribuição de conteúdo em vídeo de forma organizada, contando com a facilidade de um sistema de busca. O primeiro vídeo publicado, em 23 de abril de 2005 por Jawed Karim, na plataforma foi bastante curto, com aproximadamente 18 segundos de duração, se tratando de um *vlog* de um dos fundadores, comentando sobre elefantes no zoológico. Apesar de parecer bastante simplório, foi o que necessitava para chamar a atenção das marcas, como a Nike, que

---

<sup>20</sup> Fonte: <<https://tctechcrunch2011.files.wordpress.com/2010/05/firstyoutubehomepage.png>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

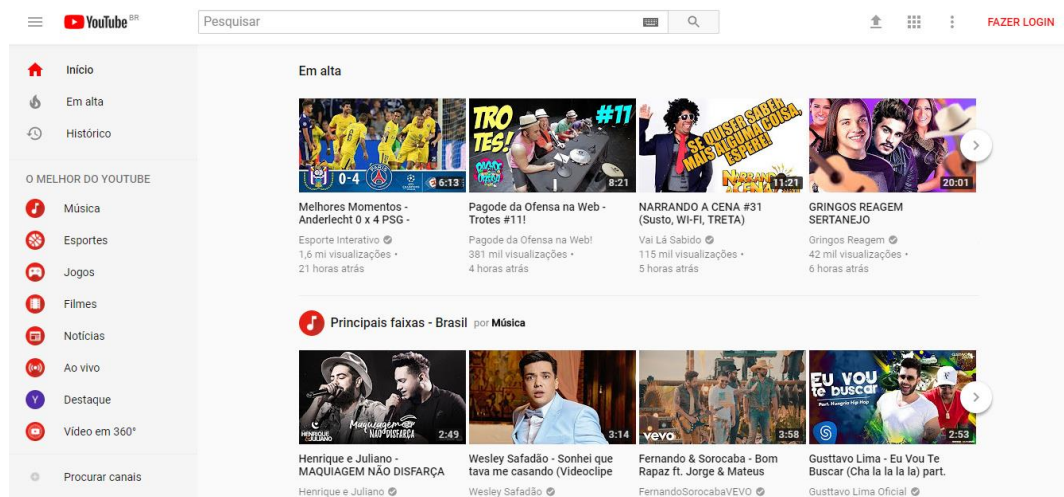
foi a primeira a utilizar o serviço do site, em um vídeo promocional realizado pela empresa, o Ronaldinho Gaúcho, jogador famoso dentro do universo do futebol e cultura brasileira, utiliza as suas novas chuteiras para atingir chutes seguidos no travessão do gol. O vídeo foi o primeiro a ultrapassar a marca de 1 milhão de visualizações no YouTube.

Conforme o serviço foi melhorando, funções como avaliação de conteúdo, vídeos em destaque e assinatura de canais foram sendo inseridas. No primeiro ano de serviço, já se mostrava uma sensação com muito potencial de crescimento. Ainda em 2005, a empresa começou a passar por dificuldades com a insuficiência de capital para dar suporte à plataforma adequadamente, visto que os gastos com servidor eram altos. Felizmente, no final deste ano, a rede começou a receber patrocínios e investimentos, atraindo assim a atenção de gigantes como a Google, que a adquiriu logo depois.

O YouTube foi comprado pela Google por mais de £ 1 bilhão. Não demorou a chamar a atenção do mundo comercial como um meio ideal de disponibilizar clipes de vídeos ao grande público. Parry (2012, p.343)

Apenas no ano de 2007 é quando a empresa desembarca em terras tupiniquins, com o site adaptado a linguagem portuguesa brasileira, junto com versões de diversos outros idiomas. E iniciativas como *Youtube Awards* são realizadas para promover canais com os conteúdos mais relevantes numa premiação em grande estilo. Também nesse ano, iniciativas como *Content ID*, que serve como uma forma de preservar os direitos autorais dentro da plataforma, o programa de parcerias e exibição de anúncios dentro dos vídeos. Desde então, surgiram os primeiros *Youtubers*, profissionais da área que deixavam seus empregos para produzir conteúdo único e exclusivamente para o site. A qualidade dos vídeos começou a melhorar, evoluindo para alta definição no ano de 2009.

Eliane Vicente define que “O YouTube é site para compartilhamento de vídeos, que pode atender a diversos propósitos. Tem bilhões de vídeos e usuários. Seus vídeos podem ser vistos online.” (2014 p.87). Tendo um foco apenas em vídeo, o Youtube é o site referencial para todos que querem ver e publicar vídeos no ciberespaço, sendo atualmente muito buscado por todos, para diversos assuntos, desde tutoriais à muito entretenimento.



**Figura 21 - Página inicial do YouTube, nos dias atuais.<sup>21</sup>**

A mecânica do Youtube se dá pela seguinte forma, os vídeos são carregados para o armazenamento disponibilizado pela empresa, para divulgação de conteúdo de artistas produtores do mesmo. A estratégia de divulgação da rede social é o compartilhamento de conteúdo de teor exclusivamente audiovisual, ao contrário das outras redes como Facebook, Twitter e Instagram, que lidam com inserção e publicação de conteúdo em texto e imagem estática. Então, o conteúdo é avaliado pelos usuários da plataforma, e caso um vídeo possua bastante visualizações de usuários, assim como curtidas, que são formas de os usuários mostrarem apreço pelo conteúdo disponibilizado, o canal do artista, que é uma espécie de agregador de conteúdo produzido e categorizado em segmentos, passa a ganhar relevância dentro da rede, aumentando consequentemente sua popularidade logo em seguida.

Com a relevância do produtor, vem sua oportunidade de lucrar financeiramente com sua popularidade, seja pelo protagonismo em peças publicitárias, ou pela monetização oferecida pelo próprio YouTube a estes artistas. De acordo com Vicente (2014 p.87), o YouTube “É usado como um canal de publicidade, de forma a promover marcas, empresas, profissionais, sites, criar campanhas a favor ou contra uma ideia, além claro, do propósito de entretenimento.”, então a relevância do artista cria um chamariz para empresas utilizarem a opinião dos mesmos, que possuem relevância para o público, de inserir valores no seu produto com base na relevância da opinião do artista, utilizando a voz do mesmo como divulgador daquele material a ser consumido pelos seguidores.

Essa nova mídia agregou as características primordiais da web 2.0, sendo muito colaborativa e participativa, como afirma Parry (2012 p.343) “Era uma clássica mídia da

<sup>21</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

Web, na medida em que seu conteúdo era criado pelo próprio público, executado sob demanda e classificado pelos usuários de modo a permitir que outros localizassem com mais agilidade os itens mais populares.” tem seu próprio modo de rápida localização para o usuário, sendo um site muito intuitivo e integrador onde todos podem participar e usufruir dele. A nova cultura dos *youtubers* abre um espaço para dilemas envolvendo produção de conteúdo e espetacularização, que serão analisadas de forma mais aprofundada no decorrer dos capítulos.

### 3 GUY DEBORD E A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO NO YOUTUBE



Figura 22 - Guy Debord.<sup>22</sup>

O pensador militante político francês Guy Debord, mostrado na figura 22, publicou no ano de 1967 o livro “A Sociedade do Espetáculo”, que contém 221 teses acerca da espetacularização. Essa teoria abriu novas discussões na época, porém ela possui um aspecto atemporal que a faz ser aplicada em todos os períodos subsequentes a seu surgimento. Assim, veremos como a teoria se aplica as notícias providas do jornal impresso e do Youtube, e como ambos meios tão distintos podem ter características em comum.

No dicionário Aurélio vemos Espetáculo que em latim é *Spetaculum*, algo que é o objeto da nossa atenção ao ver, não tendo somente esse significado pode ser também: contemplação, cena ridícula ou censurável, representação teatral, divertimento público em circos. O que todos esses significados têm em comum é o fato do espectador ser o ponto chave de tudo, ele é o fator mais importante a qual todo o fenômeno se relaciona diretamente.

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação. (DEBORD, 1997, p.13)

Desde a criação de sua teoria e principalmente nos dias de hoje, tudo virou um espetáculo, e o *Youtube* é uma representação factual de uma rede social onde se obtém um dos melhores exemplos de acumulação de conteúdo midiático de espetáculos, onde o indivíduo comum toma papel ativo na construção de conexões sociais das quais ele gerencia sua produção de conteúdo diante de uma câmera. O espetáculo é representado de diversas

---

<sup>22</sup> Fonte: <[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/7/70/Guy\\_Debord.gif](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/7/70/Guy_Debord.gif)>. Acesso em: 19 de out. 2017.

formas, nas quais muitas pessoas comuns filmam tudo o que fazem e compartilham com todos, jogam na rede vídeos de seu cotidiano e passam também além de consumidores, produtores de conteúdo, disseminando os ideais retratados por Debord.

### 3.1 O ESPETÁCULO NO YOUTUBE

A maioria do conteúdo apresentado atualmente no site é basicamente de produção autoral. E assim como cada rede social, *websites* e canais de conteúdo, tomaram forma dentro do domínio do YouTube profissionais do assunto, os chamados *Youtubers*, os quais compartilham com a sua audiência suas ideologias, comportamento, dicas de vestuário, debates de temas relevantes, entre diversos outros assuntos presentes na plataforma de disseminação de conteúdo audiovisual.

Desta forma, os profissionais de produção de conteúdo, os *Youtubers*, passam a possuir dentro da rede uma responsabilidade social para com os demais, visto que a popularidade de vários canais de produção de conteúdo chega até aos milhões de inscritos, e a opinião do artista é de grande valia para seus seguidores, tornando da figura pública um formador de opinião. Atualmente, figuras como o Alexandre Ottoni, conhecido como Jovem Nerd pelos seus seguidores, lidam com temas da cultura popular, em um viés mais focado na visão dos nerds.



**Figura 23 - Alexandre Ottoni “Jovem Nerd” e Deive Pazos, o “Azaghal” à esquerda.<sup>23</sup>**

<sup>23</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=K18X7bwYkEU>>. Acesso em: 28 de out. 2017.

Já canais como o Manual do Mundo e Nerdologia disseminam a distribuição de conhecimento científico, através de abordagens melhor adaptadas ao público geral por meio de utilização de ferramentas relativamente fáceis de encontrar para construir projetos relativamente fáceis de realizar experimentos científicos, ou seja na utilização de elementos da cultura popular para realizar uma aplicação prática na construção da narrativa de disseminação do conhecimento científico.

Todos esses elementos são utilizados pelos canais, em suas particularidades, para provar como a ciência pode ser popularizada em uma aplicação menos complexa, como o senso comum imposto na sociedade acredita ser. Enquanto canais como Pablo Villaça, Cinema com Rapadura, Super Oito e Raphael PH Santos, divulgam suas opiniões sobre produções audiovisuais do cinema, discutindo desde ponto de vista técnico das obras, elementos como roteiro, enquadramento, sonoplastia, até elementos subjetivos da narrativa, como relevância da história, analogias, construção de personagens, entre outras características que definem esta área de atuação no universo cinematográfico.

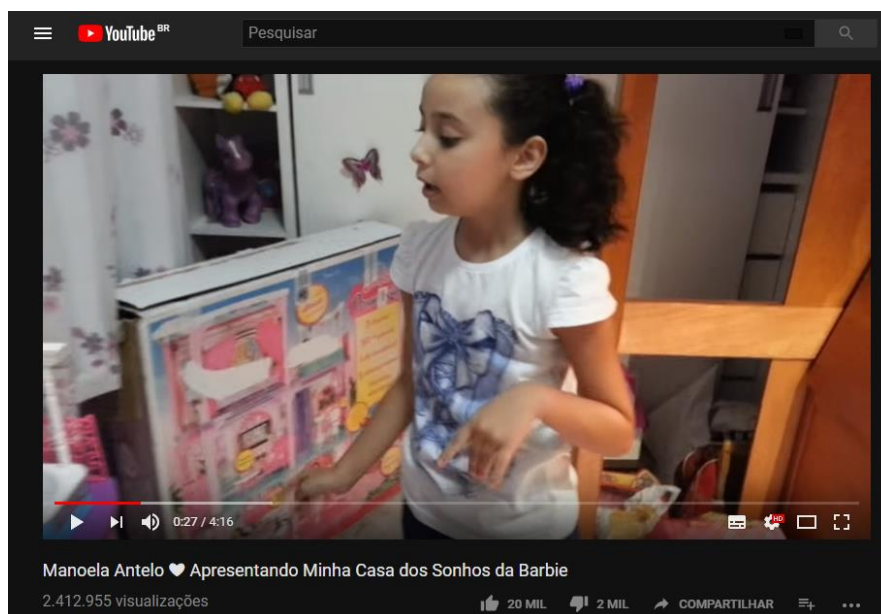
É importante lidar com a definição dos canais, pois é desta necessidade de conteúdo direcionado que o público parte para a busca informações na plataforma. Os canais, que são o conteúdo agregado do artista em um portal individual separado em segmentos para facilitar ao usuário da rede encontrar o conteúdo, são atrativos pela relevância do tema, pela empatia do público com o produtor de conteúdo, a criatividade das obras, e principalmente do conteúdo o qual se deseja ser consumido, a abordagem que é tomada e o público ao qual é destinado esse tipo de conteúdo.

Para ser “membro” da sociedade, aprender a como ser gente, a criança aprende em casa, na escola, no bairro onde mora, observando e recebendo padrões de comportamentos e falas, ao qual repete e tem aquilo como o certo a seguir. Quando uma criança começa a falar palavrão em uma casa onde não se costuma fazer isso, os pais logo procuram saber onde e com quem ele aprendeu tal linguajar, e já procuram proibir a criança de repetir tais palavras e assegurar que tal lugar de onde ele aprendeu tais coisas seja corrigido também, ou em alguns casos, não permitindo mais que o filho frequente tal ambiente. Isso é um retrato das novas gerações, que crescem adaptando seu conteúdo às novas mídias.

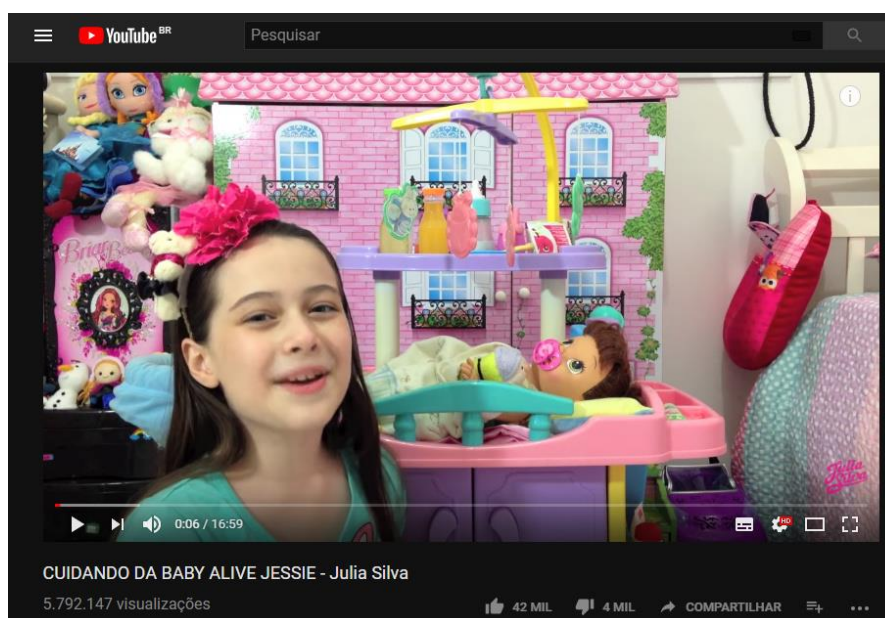
Até os mais jovens estão tomando lugar de destaque dentro da rede social YouTube, com conteúdo direcionado ao público infantil. A *youtuber* mirim Julia Silva, aos 12 anos de idade, possui mais de 2,7 milhões de inscritos em seu canal, administrado pelos responsáveis da garota. O canal possui em seu teor conteúdo de tutoriais, *vlogs*, brincadeiras, entre outras atividades relacionadas. Já Manoela Antonelo, também aos 12 anos protagoniza um canal



com 1,4 milhões de inscritos, contando com o auxílio do seu tio para realizar suas brincadeiras e, aliados a dicas de moda e receitas, são responsáveis pelo sucesso do canal. Canais do YouTube com esse tipo de conteúdo são bastante frequentes dentro da rede, e são protagonizados por jovens de diversas idades.



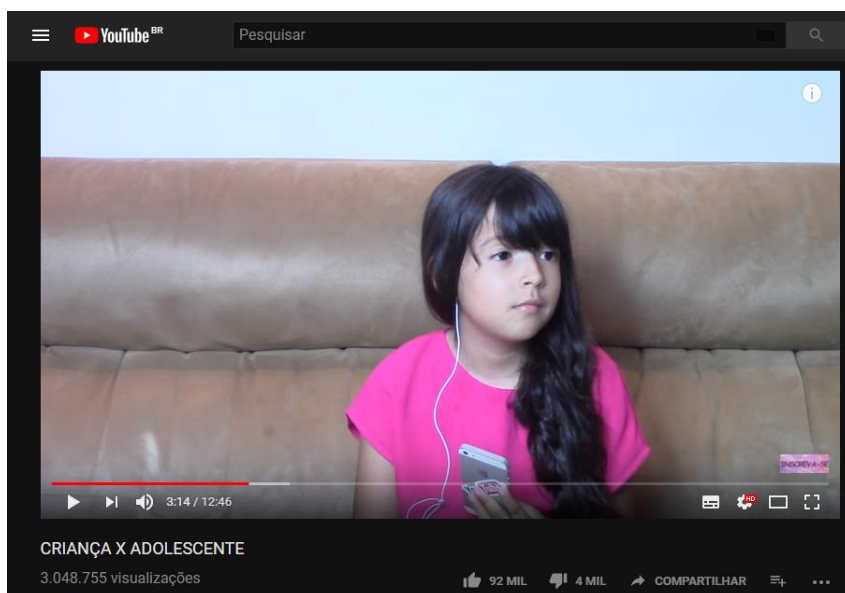
**Figura 24 - Antonelo em vídeo “Apresentando Minha Casa dos Sonhos da Barbie”.**<sup>24</sup>



**Figura 25 - Júlia Silva em seu vídeo “CUIDANDO DA BABY ALIVE JESSIE”.**<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=KtxCF6Btcuk>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

<sup>25</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=Mfi9wR4FdYc>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



**Figura 26 - Bel em seu vídeo “CRIANÇA X ADOLESCENTE”.<sup>26</sup>**

Dentro do âmbito do YouTube, é fácil encontrar canais que são feitos com conteúdo apelativo para angariar visualizações por seu conteúdo deveras estapafúrdio, citando exemplos como o canal “La Fenix”, em que os participantes dos vídeos se oferecem a participar de experiências inusitadas, como comer polvo cru e cactos, apagar cigarros no mamilo, colar uma pessoa na outra com super bonder, entre diversas outras situações no mínimo curiosas. Já no canal AbudTV, o youtuber se propõe a despachar a si mesmo numa caixa de correio para um lugar, capturando os momentos dentro da caixa com uma câmera para postar nas redes sociais.

Outro exemplo de demonstração é o canal da youtuber Camila Uckers, que dentre o conteúdo transmitido em seu canal, realiza *pranks*, que são uma espécie de pegadinhas em resposta a desafios feitos pelos espectadores em seu canal, e também em vídeos em que realiza pegadinhas utilizando como vítima das encenações sua própria avó, em conteúdos nos quais finge estar grávida, ou que se tornou militante do Partido dos Trabalhadores, e também em um caso onde fingiu ser garota de programa

<sup>26</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=z1jhSlKkuo0>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



**Figura 27 - Youtuber consumindo polvo cru em canal “La Fênix”.**<sup>27</sup>



**Figura 28 - Youtuber captura experiência tensa dentro de caixa de correio.**<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=eLcyLEVLLn4>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

<sup>28</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=UrHSts9FnNs&t=798s>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



**Figura 29 - Camila Uckers em vídeo “Trolei minha avó dizendo que virei garota de programa”<sup>29</sup>**

O dilema social toma forma no momento em que determinados artistas criam e disseminam obras que possuem o intuito de apenas gerar curtidas, quando a vontade de ser famoso e chamar a atenção da audiência é maior que o intuito de produzir um conteúdo de qualidade, o que dependendo da abordagem, pode causar uma reação adversa à recepção da produção pela audiência.

No dia 25 de agosto deste ano, um financiamento coletivo foi impulsionado por empreendedores do mercado, com divulgação de conteúdo promocional sobre a abertura de uma *hamburgeria gourmet* denominada “Zebeleo”. Leonardo Young, Bel Pesce e Zé Soares, os empreendedores do negócio elaboraram um vídeo, com a intenção de adquirir fundos para a fundação do estabelecimento. Porém aconteceu o inesperado, pela abordagem esnobe e plástica dos três participantes do empreendimento durante o vídeo, o público não apenas deixou de levar a ideia deles a sério, como também a rejeitou com veemência.

O vídeo original foi retirado do ar, porém após ser inserido novamente na rede por outro canal de distribuição, o vídeo alcançou as mil descurtidas, em comparação às 260 curtidas. Muitos dos comentários do público foram sarcásticos e representavam o bom-senso do povo em notar que todo o projeto possuía um custo altíssimo, que os empreendedores não necessitavam do financiamento coletivo para tornar o projeto realidade, pois são abastados financeiramente, além da realidade das suas experiências de viagens e realidade fora do contexto da qual eles se inseriam quando solicitaram por colaboração em financiamento coletivo. E que além disso, o foco da produção do vídeo não era o projeto em si, mas a

<sup>29</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=IjkWLjvzRek&list=PLtLE2d9Jf5QuxarCZ6AmFVFM5tLMI-tZM&index=5>>. Acesso em: 28 de out. 2017.



extravagância de experiências gastronômicas internacionais, a ideia do grupo era arrecadar o valor de R\$ 200 mil em dois meses, o acontecido foi que necessitou apenas de um dia para o projeto ser cancelado, com o *feedback* do público.

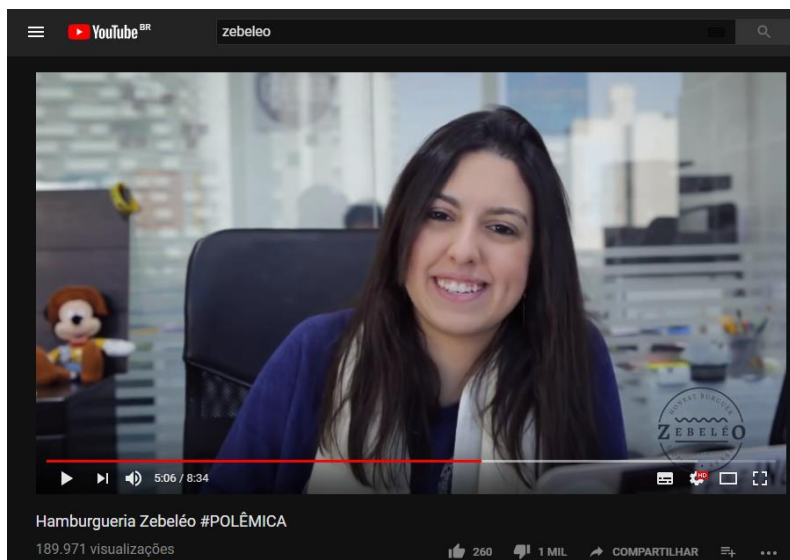


Figura 1 - Bel Pesce em vídeo promocional da “Zebeleo”.<sup>30</sup>



Figura 2 - Alguns dos feedbacks dos visualizadores do vídeo, e suas curtidas.<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Fonte: <[https://www.youtube.com/watch?v=\\_MSb5y6tDwI](https://www.youtube.com/watch?v=_MSb5y6tDwI)>. Acesso em: 27 de out. 2017.

<sup>31</sup> Fonte: <[https://www.youtube.com/watch?v=\\_MSb5y6tDwI](https://www.youtube.com/watch?v=_MSb5y6tDwI)>. Acesso em: 27 de out. 2017.

### 3.1.1 Banheira de Nutella

O ideal de fama leva os produtores de conteúdo a realizar as ações mais curiosas e exóticas para alcançar maiores números de *likes* (curtidas), com o intuito de potencializar a notoriedade do canal de distribuição de conteúdo, ter relevância na sociedade, não pelas ideias, mas pelo extravagante, como o exemplo a seguir.

O caso mais emblemático que vem sendo discutido ultimamente é a famosa "Banheira de Nutella", realizada pelo *Youtuber* Lucas Neto, em que após celebrar a conquista de ser um dos canais com mais inscritos no período de janeiro de 2017 para o seu canal, o produtor de conteúdo simplesmente adquiriu 80 quilos de Nutella, um produto composto de creme de avelã com cacau e leite, e o distribuiu por todo o compartimento da banheira. Ainda não satisfeito com sua recente realização, ele parte a retirar suas roupas e adentrar na banheira, iniciando o processo de uma espécie de banho com o produto, o distribuindo por todo seu corpo. Logo a seguir há uma imagem capturada do momento exato do banho com o produto.



**Figura 3 - Lucas Neto banhado em Nutella.**<sup>32</sup>

Até o presente momento da análise do vídeo, ele possui mais de um milhão de curtidas e mais de nove milhões de visualizações. Apesar das descurtidas serem mais de cem

<sup>32</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=BlnmecAwz1s>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

mil, o objetivo do *Youtuber* foi alcançado. Por mais curioso que isso soe, é comum encontrar profissionais de distribuição de conteúdo nas redes sociais que compartilhem da mesma performance para angariar inscritos e curtidas. A razão de confecção de quadros exóticos como a "Banheira de Nutella" estarem distribuídas pela rede social do Youtube seria por estar socialmente aceita dentro do universo espetacular da sociedade. Segundo Kellner (2004, p.5):

No momento em que adentramos num novo milênio a mídias se torna importante na vida cotidiana. Sob a influência de uma cultura imagética multimídia, os espetáculos sedutores fascina os ingênuos e a sociedade de consumo envolvendo-os na semiótica de um mundo novo de entretenimento, informação e consumo, que influencia profundamente o pensamento e ação.

Com a grande presença de todos os tipos de mídias em nossas vidas, conteúdos de vídeos de YouTube com sua grande influência com imagens multimídias fascina a todos e faz várias pessoas consumirem e visualizarem tipos diversos de conteúdo, influência ao ponto de uma pessoa ter pensamentos e ações fora do padrão. Os tipos de pessoas que visualizam esses conteúdos variam para os curiosos que queriam ver se o *youtuber* tinha mesmo entrado em na banheira de nutella, outros podem ser crianças achando incrível e que também tem uma vontade de fazer o mesmo, e até mesmo pessoas que acham nojento mas mesmo assim quiseram ver, talvez apenas para dar o *dislike*.

Outros tipos de casos replicados na rede social são as práticas do uso de amoebas, que são uma espécie de gosmas pegajosas adquiridas para entretenimento infantil, para executar outros tipos de performances exóticas a fim de promover canais. A seguinte imagem representa bastante o caso, em que um jovem se cobre com o produto, com a intenção de solicitar ao público um número estipulado de curtidas por presenteá-los com esse caso inusitado.



**Figura 4 - Jovem se cobre de amebas para ganhar 100 mil likes no YouTube.<sup>33</sup>**

O *like* (curtida) é tido como uma moeda de pagamento dentro do YouTube, pois credita o conteúdo do artista, e ambas auxiliam na geração de monetização, o que impulsiona esse tipo de produção dentro da plataforma. Logo ao início do vídeo, o jovem pergunta sobre quantos *likes* as amebas merecem e solicita que os espectadores concretizem a meta de 100 mil *likes* no vídeo. O mesmo atingiu uma meta de 546 mil curtidas e 4 milhões de visualizações, número além do esperado para o conteúdo. A tendência é o aumento exponencial dos mesmos, conforme a audiência adquire maior conhecimento de casos como esse, em busca dos conteúdos mais diferenciados.

### 3.1.2 *Reacts* (Reações)

Outro movimento que vem tomando conta da rede social é a propagação de conteúdo que é basicamente a reação do público frente a momentos chave considerados épicos, de produtos da indústria cultural. Um dos canais mais famosos sobre reações na rede social se chama, curiosamente, de *React*.

O presente canal realiza a captura das reações do público por uma câmera, realizando a edição dos momentos dispensáveis da obra, ocupando, na maior parte do tempo da apresentação do vídeo, os momentos épicos, realizando a alternância para capturar a reação de

<sup>33</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=JrvOnWTtgPE>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



cada indivíduo apreciador do conteúdo para apresentar em frente ao espectador do vídeo, o quão impressionante é o conteúdo que está a apreciar, incentivando-o a consumir o mesmo.

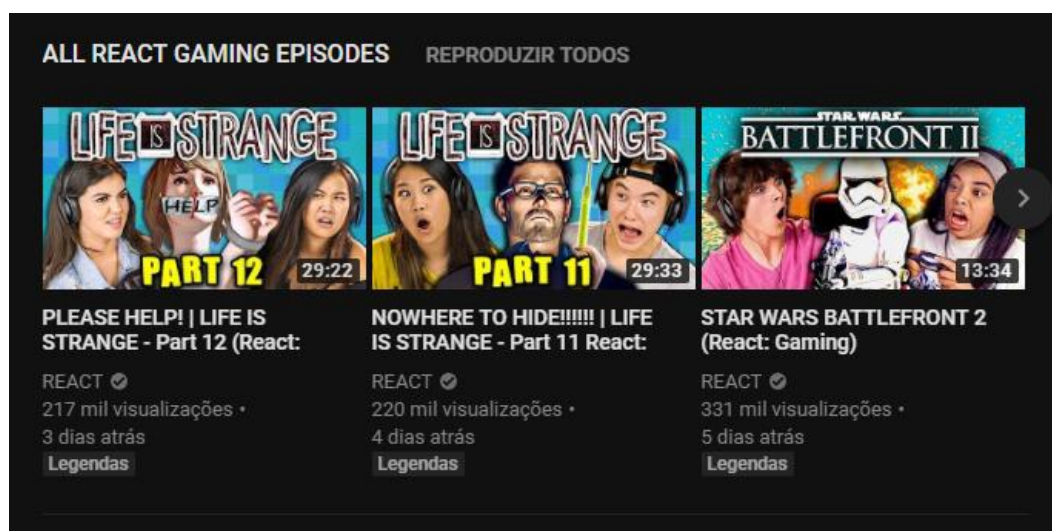


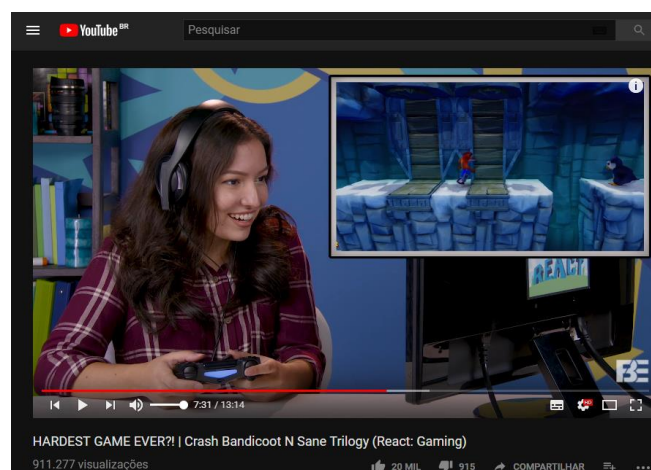
Figura 5 - Artes das capas dos vídeos de React.<sup>34</sup>

As artes das capas já apresentam recortes de cenas com maior valor de expressão em relação às apresentadas durante os vídeos. As reações em si inserem um valor a mais na obra, os sentimentos repassados pela obra dão um valor intrínseco ao produto, se tornando uma experiência instigante, que incentiva o consumo da mercancia pela mídia de massa. É com base na espetacularização que a Indústria Cultural determina o valor da obra, com momentos épicos e memoráveis se qualificam as melhores histórias, sejam alegres, frustrantes, tristes, mas todas impactantes. Toda essa produção de consumo possui o intuito de gerar o *hype* - elemento popularmente conhecido como o exagero de algo, a vontade extrema de se consumir um produto, algo que está “dando o que falar”, sendo aplicado também no conceito de expectativa do público em relação ao sentimento de necessidade imediata de consumo do conteúdo. O canal *React* possui em sua essência produções da cultura pop, sejam filmes, jogos, música, elementos culturais que estão presentes no dia a dia da sociedade. No caso em específico, jovens jogam um novo lançamento do estúdio *Naughty Dog*, jogo denominado *Crash N Sane Trilogy*, que é um remake do jogo original lançado pela Sony durante os anos 90. O jogo chama atenção por sua dificuldade, e as frustrações, combinadas com momentos alegres considerados compensadores, é o valor do jogo.

Debord nos mostra que as pessoas estão alienadas, o espetáculo sai em triunfo por cima da sociedade, as imagens prendem o espectador e os monopoliza, tornando-os presos e

<sup>34</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/user/React>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

contemplativos e desejam ter tudo o que lhes é apresentado, e no fim o ser humano não reconhece esse sistema e molda a sua vida em torno dos espetáculos presentes em todos os lugares e se tornam passíveis consumistas, e nisso afirma Debord (1997, p.14)“(...) o espetáculo constitui o *modelo* atual da vida dominante na sociedade”. O espetáculo está em tudo e em todos, nossa vida constitui em pequenos e grandes espetáculos que se seguem.



**Figura 6 - Garota reagindo ao jogo *Crash Bandicoot N Sane Trilogy*.<sup>35</sup>**

Os produtos de Hollywood, compostos de efeitos especiais, combinados com trilhas sonoras épicas e dinamismo nas imagens despertam as maiores emoções no público, e é com base nessas emoções que se faz a disseminação da obra, realizando a edição de peças publicitárias, denominados trailers, para concretizar esse objetivo. A emoção é a gasolina que move os fãs a continuarem consumindo, junto aos acontecimentos determinados dentro de universos fantásticos como Guerra nas Estrelas, Harry Potter, o universo cinematográfico da Marvel, entre outros *Blockbusters*, que possuem trailers de suas obras divulgadas nas redes sociais, e além disso, tendo estas próprias obras replicadas pela audiência, como forma de intensificar a qualidade por meio da criação de expectativas em seus vídeos.

A expectativa desenvolvida pelo público por informação causa ansiedade de consumo, e nesta velocidade de consumo de mídia dos dias atuais, gerações desenvolvem distúrbios psicológicos como stress elevado, ansiedade e depressão. A espera por momentos sublimes que compense toda essa espera por consumo de conteúdo, visto que algumas obras cinematográficas possuem anos dedicados a sua produção, e com consumo de mídia acelerando a cada dia mais e se intensificando nos meios digitais, a tendência do

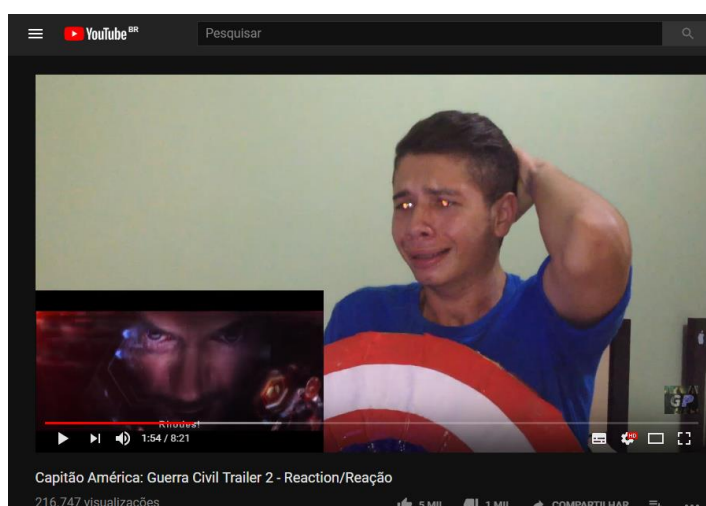
<sup>35</sup> Fonte: <[https://www.youtube.com/watch?v=yOdH-S7rovk&index=31&list=PL73YndQawY3Op6\\_93FZdCL\\_ICUkbY-mzd](https://www.youtube.com/watch?v=yOdH-S7rovk&index=31&list=PL73YndQawY3Op6_93FZdCL_ICUkbY-mzd)>. Acesso em: 27 de out. 2017.

desenvolvimento da ansiedade dos usuários deste tipo de conteúdo pelo consumo da mídia em si, leva a um maior *hype* no determinado grupo consumidor de conteúdo frente a peças publicitárias desse gênero. Segundo Debord (1997, p.24):

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo.

Nesse caso o *hype* leva ao desejo do espectador em absorver os conteúdos e tudo ligado a eles, o deixa alienado, o fazendo ficar mais tempo ansiando as imagens que são transmitidas para ele. Ele vive através de outra pessoa, ele se identifica com o que vê, acredita que precisa daquilo para adquirir seus momentos de felicidade.

No caso a seguir, o produtor de conteúdo *Geek Play* assiste o trailer do filme “Capitão América: Guerra Civil”, lançado em 2016 pela Marvel Studios. Enquanto confere o trailer, as reações esbanjadas são de pura ansiedade, exibindo respiração ofegante, expressões significativas de inquietação e impaciência. Uma das maiores revelações veio no final do trailer, onde o homem aranha, personagem querido do público, antes propriedade dos estúdios da Sony Pictures, passa a fazer parte do universo cinematográfico da Marvel Studios, algo bastante esperado pelos fãs da franquia de filmes de super-heróis.



**Figura 7 - Jovem se desespera assistindo ao trailer de Capitão América 2.<sup>36</sup>**

<sup>36</sup> Fonte: <[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=8&v=rnN26S0xvR0](https://www.youtube.com/watch?time_continue=8&v=rnN26S0xvR0)>. Acesso em: 27 de out. 2017.

A reação é a mesma distribuída pelos jovens, em determinados níveis de reações, desde as menos expressivas até às mais sensíveis, e esse conteúdo faz parte do desenvolvimento da ansiedade para o consumo imediato do produto. Casos como esse estão presentes pela rede social, e simbolizam o desencadeamento da publicação deste tipo de conteúdo entre produtores do mesmo e consumidores da plataforma. O vídeo possui atualmente 5 mil curtidas e 216 mil visualizações.

### 3.1.3 Ostentação e Luxúria

A ostentação de riquezas demonstrado em videocliques, em sua composição geral, no gênero musical Funk, é bastante explícita. No vídeo protagonizado por Mc Daleste, o conteúdo é bastante direto no que se diz sentido ao funk ostentação, a exibição e desejo do corpo feminino, passeio em helicóptero e carro de luxo, festa regada a álcool na beira de uma piscina, cenas onde o artista cultua o corpo escultural de uma mulher que simboliza o padrão desejado pela sociedade. O funkeiro também utiliza roupas de grife e acessórios considerados caros em seu corpo, como forma de agregar valor financeiro a sua personalidade, valor de marca, entre outros intrínsecos ao cultuado pelo homem na sociedade, fartura de bens materiais, financeiros, sexuais e de *status*.



**Figura 8 - Funkeiro ostenta em videoclipe promocional.<sup>37</sup>**

<sup>37</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=N1XbNfXvE4o>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

O vídeo possui atualmente 11 mil curtidas em comparação a mil descurtidas, contando com mais de 2 milhões de visualizações. O caso não é único, e assim como os outros tipos de casos registrados, consegue geralmente agregar vários outros vídeos com o mesmo tipo de conteúdo representado por diferentes artistas dentro da rede. Os videoclipes, antes fruto de canais de televisão com grande prestígio dentro da cultura popular brasileira, com gênese na região norte-americana, realiza a transição para as mídias sociais, onde agregam valor dentro da plataforma para determinado público, alcançando de milhares a milhões de visualizações e curtidas por vídeo.

Debord (1997 p. 18) fala “do *ter* para o *parecer*”, onde tudo o que importa é a imagem que a pessoa passa para os outros, ela não precisa ter ou ser, se apenas parecer já está bom o bastante, e segundo Debord (1997 p. 16) “O espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana -isto é, social - como simples aparência”, O que é real não é mais importante ou interessante, estamos na vida real por muito tempo, queremos algo fora da nossa realidade, algo espetacular.

O MC Daleste, funkeiro presente nos videoclipes, foi assassinado em seu show durante a apresentação ao público. Vídeos gravados do momento exato em que o crime ocorreu foram distribuídos nas redes sociais sobre o momento em que sua morte foi capturada explicitamente também angariou muitas visualizações, outros vídeos com conteúdo especulativo sobre sua morte também chamaram bastante atenção do público, visto que o caso é analisado e não foi solucionado até hoje.

Ao comparar o videoclipe de MC Daleste com o vídeo em que ele leva um tiro, vemos que as visualizações são bem aproximadas o primeiro com 2.289.642 e o segundo com 1.859.141, o que mostra que o público consome ambos os conteúdos desde a música, até a curiosidade de ver sua morte, ambos são tipos de espetáculos diferentes que captam a atenção e curiosidade das pessoas, provavelmente alguma pessoa que tenha visto um vídeo, acabou por procurar o outro, sendo um fã querendo saber da notícia, ou alguma pessoa que viu a notícia e quis conhecer mais sobre ele.



**Figura 9 - Vídeo mostra momento exato em que MC Daleste é assassinado.<sup>38</sup>**

### **3.1.4 Figuras famosas, edição e espetacularização.**

Alguns *youtubers* discutem temas banais do dia a dia, falando mais sobre seu ponto de vista sobre o mundo, acontecimentos do cotidiano em suas vidas, mas utilizando recursos de edição para manipular a narrativa, de forma a torná-la mais interessante para assimilação dos espectadores e consumidores do seu conteúdo. O caso em específico é do Felipe Castanhari, profissional do ramo da comunicação na rede social. A gesticulação e escolha de palavras, edição para criar dinamismo nas cenas e utilização de animações para contextualizar de forma aprofundada são recursos-chave para desenvolvimento de uma narrativa mais encorpada, apesar do fato de ser relativamente um assunto banal.



**Figura 10 - Felipe Castanhari conta sobre como foi traído por sua ex-namorada.<sup>39</sup>**

<sup>38</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=igOhDRzNMbw>>. Acesso em: 27 de out. 2017.

<sup>39</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=tAL75hqt0a0>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



No vídeo em questão, Castanhari relata um dos acontecimentos mais banais da vida de um jovem, ser traído pela ou pelo namorado. O recurso utilizado de atuação e edição para contar o acontecido é o que torna toda a narrativa mais interessante é o recurso de montagem, presente em diversas formas dentro da apresentação do conteúdo, seja para enfatizar a fala do personagem do vídeo, ou para tornar a dinâmica da história mais intensa, junto com uma trilha sonora que combina com a narração. A gravação parece ser realizada em um estúdio, com iluminação adequada e qualidade profissional de captação técnica, conferindo qualidade técnica ao produto do canal.

O fator crucial para entretenimento no quadro produzido para o canal é a apresentação de fatos corriqueiros da sua vida, para uma maior identificação com o produtor de conteúdo, mas também de não deixando de apresentar elementos espetaculosos dentro da composição. Assim, ele apresenta uma montagem de vídeo e áudio, ilustrações, efeitos sonoros e *motion graphics*, que são basicamente objetos animados para criar atração visual e agregar informação ao conteúdo. Os elementos de edição distorcem a realidade, rompendo com a cronologia real do conteúdo, o moldando para ser esteticamente agradável e narrativamente atraente para se acompanhar, em termos de mídia audiovisual, assim compondo uma edição interessante, a fim de tornar o conteúdo mais instigante de ser consumido pelo público em massa. O vídeo possui atualmente 478 mil curtidas e mais de 3,5 milhões de visualizações.

Outro *youtuber* a utilizar o recurso de edição para dinamismo na narrativa é o Gabriel Dantas, também conhecido na rede social como “Mr Poladoful”. Suas falas são bastante editadas com intuito de gerar um conteúdo dinâmico, além do uso dos cortes e reações exageradas, de uma maneira bem mais notável e clara que o Felipe Castanhari.

Seus vídeos possuem conteúdo também do cotidiano de um jovem da atualidade, com seus dilemas morais, sociais, e conteúdo bastante diverso sobre cultura pop e afins, porém, ele amplia a espetacularização na vida cotidiana, com situações inusitadas e extravagantes em diferentes níveis. Os temas poderiam ser lidados de forma banal, sem a necessidade tanto da mecânica da edição, como a da espetacularização da própria vida, em certos elementos encontrados durante a apresentação do conteúdo. Contudo, é uma estratégia criada dentro da proposta do artista para seu público, e possui resultado, o canal possui no dia da análise, mais de 4 milhões de inscritos, com previsão de crescimento exponencial.

De acordo com Debord (1997, pg. 13) “(...) Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”, essa declaração determina que atos simbolizados na concepção do real, passam a ter outra apresentação dentro da qualidade das ações no

cotidiano de outra pessoa em sociedade, e pela mídia, sendo utilizadas como mecanismo de alienação da realidade. Algo que antes era vivido por espectadores, agora possui uma atribuição ao acompanhamento da mesma realidade dentro do ponto de vista do produtor de conteúdo. O seguir nada mais é que acompanhar os fatos, de seguir os passos, visualizar a vida do outro pela janela. A identificação é uma figura dessa distorção do real, é a representação direta do real, vivido pelo cidadão, imposta na realidade distorcida do produtor de conteúdo.



**Figura 11 - Página introdutória do canal “MrPoladoful”.<sup>40</sup>**

A imagem a seguir capturada do canal é a da sessão de vídeos recomendados do artista, o que oferece uma noção do tipo de conteúdo que é produzido para o público. Basicamente, o conteúdo lida com temas curiosos e incomuns, como “Absorvente na minha caixa postal?” e “Gastei R\$ 2000 em coisa da China”. São temas esquisitórios, e que não representam a vida pacata de um jovem como ela é, mas em sua essência, lida com dilemas de um jovem produtor de conteúdo na atualidade.



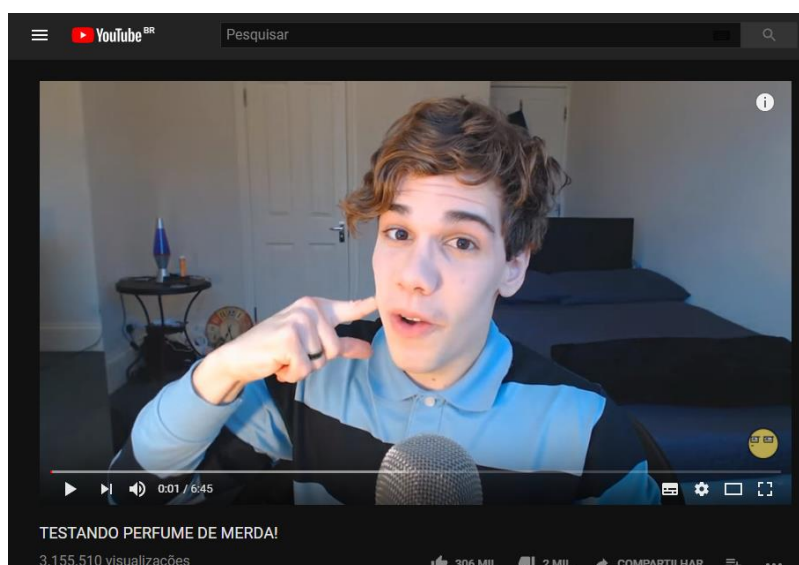
**Figura 12 - Vídeos recomendados do canal “MrPoladoful”.<sup>41</sup>**

<sup>40</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/user/MrPoladoful>>. Acesso em: 27 de out. 2017.



Apesar de lidar com um conteúdo mais extravagante que o Felipe Castanhari, o Polado realiza suas gravações, na maioria dos vídeos, em ambientes corriqueiros, como seu quarto por exemplo. O recurso de efeitos especiais também é utilizado no canal, com o mesmo auxílio de motion graphics na edição do vídeo.

As edições dão um ar quase de esquizofrenia ao *Youtuber*, pela fala e pensamento acelerado e desorganizado de determinado ponto de vista sobre o diálogo com o espectador, como tradicionalmente é feito entre pessoas, de maneira pausada e que possui suas variações de humor e reflexões. Ao invés disso, falas são bastante cortadas para gerar uma espécie diálogo bastante acelerado, de forma que capture bastante a atenção de jovens, que estão acostumados com a velocidade de informação na era do consumo digital rápido e direto.



**Figura 13 - Vídeo do canal “MrPoladoful” – Testando Perfume de Merda!<sup>42</sup>**

No vídeo em questão “Testando perfume de merda!”, o YouTuber relata a experiência de provar perfumes de conteúdo bastante exótico, como fragrâncias de exalações humanas, como fezes, urina e menstruação. O que torna o conteúdo interessante para a audiência, além da extravagância do tema, é a forma de abordagem, as reações do Polado e as edições da narrativa. O vídeo possui atualmente 306 mil curtidas e mais de 3 milhões de visualizações.

Boa parte da sociedade nessa época, e até atualmente, está mais interessada em ter sua vida como uma apresentação, uma peça de teatro exposta a todos, no caso do YouTube, os *youtubers* estão interessados em falar sobre conteúdos pelos *likes* e visualizações que

<sup>41</sup> Fonte: <https://www.youtube.com/user/MrPoladoful> Acesso em: 27 out. 2017.

<sup>42</sup> Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=PAqiEgfa35A>. Acesso em: 27 de out. 2017.

recebem, eles falam o que dá seguidores, eles são movidos a curtidas, compartilhamento e seguidores.

O espetáculo se apresenta como uma enorme positividade indiscutível e inacessível. Não diz nada além de “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que por princípio ele exige é a da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência. (DEBORD, 1997, p.16-17)

Citando o monopólio da aparência, algo a ser relacionado com o canal é a montagem, ferramenta bastante utilizada para separar o conteúdo que é relevante, e descartar a espontaneidade da realidade cheia de erros. Enquanto isso, o excesso de expressões é o ápice da plasticidade e do quão a aparência pode ser importante para a disseminação do conteúdo. O teor da espetacularidade no conceito da análise do conteúdo está nas ações do personagem, o qual interpretado pelo youtuber, possui uma personalidade hiperativa e deveras esquizofrênica, toda a narrativa é utilizada com excesso de cortes para trazer a ideia da dinâmica e o conteúdo é deveras exótico, remetendo também ao espetacular.

#### 4 WHINDERSSEN NUNES E O ESPETÁCULO NAS REDES

O *Youtuber* mais prestigiado e famoso do momento no Brasil, Whindersson Nunes, também conhecido como Whindersson Nunes Batista, nasceu no dia 5 de janeiro de 1995 em Palmeira Piauí. Filho de filho de Valdenice Nunes e Hildebrando Sousa, de origem pobre e família pacata, Nunes trabalhava como reserva de garçom em um restaurante buffet e anteriormente, descarregando produtos para o pai, que trabalhava com entrega de mercadorias. Estudava numa escola técnica, assistia vídeos de *Youtubers* e apreciava conteúdo como a celebridade conhecida da época na plataforma, PC Siqueira. Atualmente, Whindersson Nunes é o segundo youtuber mais influente do mundo.<sup>43</sup>

Quando questionado por Fábio Porchat em uma entrevista realizada em seu programa de televisão sobre o qual era a razão do público apreciar tanto seu conteúdo, Whindersson revelou que acredita que isso se dê ao fato de que a simplicidade e humildade com que ele aborda o espectador, com conteúdo simples e modesto. Nos dias iniciais do trabalho do jovem dentro do universo da rede social, a produção era realizada da maneira mais simples possível, sem o uso de aparato técnico como estúdio de iluminação, câmeras de alta definição ou equipamento de alta performance para edição de vídeo.

O seu primeiro sucesso dentro do seu canal foi a paródia “Alô vó, tô reprovado”, que alcançou aproximadamente 6 milhões de visualizações na época, a partir daí, ele percebeu que poderia ganhar dinheiro com o Youtube, e conseqüentemente acabou desistindo de ser garçom e foi trabalhar no que queria. Isso foi o que motivou Whindersson a produzir conteúdo, a autonomia e a liberdade de produzir conteúdo no tempo e no formato definido por ele, tirando o dinheiro suficiente para viver sua vida e realizar sua independência.

Toda essa motivação encontrada no anseio de Nunes em produzir conteúdo livremente é o que leva também a vários produtores de conteúdo para a plataforma a fim de consumir e estudar sua fórmula, como ele faz um vídeo atraente ao público, pois mesmo atualmente com números invejáveis de audiência na plataforma, houve uma época em que ele possuía uma parcela ínfima de público na rede social, e é essa estabilidade que o produtor de conteúdo almeja dentro da rede. O sistema de horário de divulgação de conteúdo na mídia de massa é limitado comparado ao *Youtube*, visto que para assistir a uma determinada programação, o espectador necessita estar na hora determinada pela emissora para ter acesso

---

<sup>43</sup> Fonte: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/whindersson-nunes-e-o-segundo-youtuber-mais-influente-do-mundo/>>. Acesso em: 23 de out. 2017.

ao conteúdo, além do apresentador do conteúdo ter a obrigação de seguir a linha editorial da empresa, lidando com temas de acordo com uma pauta específica, e talvez esse fator não fizesse parte da metodologia do *Youtuber*, que acredita na liberdade e autonomia de produção de conteúdo de acordo com o que é conveniente a ele.

A ideia em ser dono do próprio canal de distribuição é o que também move profissionais do mercado a possuir sua própria empresa, a independência e a falta de alguém a quem ele precise obedecer a ordens, ser o próprio patrão e possuir um canal de comunicação direto com o público, sem necessitar de estúdio, pauta, horário específico para realizar as gravações. Porém isso é questionável, pois ele precisa postar com regularidade para continuar ganhando dinheiro pelos likes e continuar a receber seguidores, se ele parar de postar as pessoas vão deixar de segui-lo, por isso ele posta ao menos um vídeo por semana. Sem contar em fazer uma boa pauta que siga o estilo adotado por ele.

Começou a fazer vídeos para o Youtube em 2010, porém em 2012 sua conta foi hackeada e excluída, então ele viu a necessidade de criar uma nova conta, e desde outubro de 2016, ele alcançou o recorde de ser o canal brasileiro com mais inscritos no Youtube, sendo atualmente 24 milhões, e seu vídeo com mais visualizações possui 59 milhões de visualizações “QUAL É A SENHA DO WIFI - Parodia Adele- Hello”.

Alguns profissionais de produção de conteúdo e curiosos dentro da rede social pesquisam e outros almejam a fórmula "Whindersson Nunes", para angariar sucesso ao seu canal e compreender os fatores os quais são atribuídos ao sucesso do canal, e da quantidade extraordinária de usuários inscritos e visualizações. Considerando que a qualidade técnica é deixada de lado, já que os vídeos, em sua essência, são produzidos apenas com a utilização de uma câmera profissional e um equipamento de edição. Após o sucesso do artista, a qualidade de produção de conteúdo aumentou, com melhores câmeras e paródias muito bem produzidas, ainda assim, a essência dos seus vídeos continua a mesma, um rapaz falando sobre sua vida em um quarto de hotel.

Contudo um ponto importante a comentar é o fato de que ele é preso ao seu personagem, ele passa a imagem do seu passado pobre, contudo a muito ele deixou de ser pobre, ele é muito rico, e essa nova faceta ele não mostra, pois, o seu personagem é pobre, é com a faceta de pobre que ele conquistou a todos, e por isso ele não muda a receita.

Uma *youtuber* que mudou a forma de abordagem na produção de conteúdo foi a Kéfera, ela não continuou com o mesmo personagem de anos atrás, a menina patricinha, ela amadureceu, faz conteúdos diferentes, sempre tenta inovar, pois continuar só na fórmula de ficar em frente a câmera sempre não estava mais funcionando. Whindersson pode não

ostentar em frente às câmeras no Youtube, porém no seu perfil da rede social *Instagram* é possível encontrar fotos onde ele mostra que já não é o mesmo cidadão simplório de antigamente, pois alguém simples não teria uma Mercedes ou iria voar de jatinho.



**Figura 14 - Postagem no *Instagram* sobre aquisição de automóvel de luxo.<sup>44</sup>**



**Figura 15 - Postagem no *Instagram* com jatinho particular.<sup>45</sup>**

<sup>44</sup> Fonte: <<https://www.instagram.com/p/BO5k19tBhcO/>>. Acesso em: 28 de out. 2017.

<sup>45</sup> Fonte: <<https://www.instagram.com/p/BZoxTxoBl0M/?taken-by=whinderssonnunes>>. Acesso em: 28 de out. 2017.

Whindersson veio de um ambiente modesto e religioso, frequentou a Igreja Assembléia de Deus, aparenta ser uma figura simples e modesta, o que pode ser apenas o seu personagem pois atualmente ele tem muita fama e dinheiro. O *youtuber* até faz graça do fato de o considerarem um ser influente e financeiramente abastado. Como jovem comediante, ele discute em seu canal sobre fatos do seu cotidiano, de maneira bastante espontânea e amigável. Esses fatos podem o ter levado a uma maior identificação com o público brasileiro, por ter uma empatia maior com a figura da simplicidade do artista, além das doses de humor aplicadas a fatos bastante pacatos da vida de um adolescente.

Apesar de não migrar para a televisão por opção de não receber pautas, ele segue um padrão de produção de conteúdo, existe determinados tipos de conteúdo que ele segue fielmente. Mesmo que os temas sejam diferentes, a abordagem continua a mesma. Ele se atém na construção de paródias de músicas famosas, discursos sobre a sua vida antes e depois da fama, piadas repetidas, todas as danças realizadas no início dos vídeos, tudo isso faz parte de uma pauta que ele segue à risca.

Várias empresas de telecomunicação massivas como o SBT, Record e Band o convidaram para realizar entrevistas em seus *talk shows*, e quando questionado pelos apresentadores sobre o que ele achava em trabalhar nas grandes emissoras de televisão, Whindersson declara que não é um suporte viável para produção de seu conteúdo, por não possuir a liberdade de postar o conteúdo que quer e na hora que deseja, e isso faz muito sentido.

Muitos artistas e criadores que são presentes no cotidiano do YouTube e em outras mídias de produção de conteúdo acabam contratados pelas grandes emissoras para trabalhar em programas de entretenimento na rede de comunicação televisiva, como Fábio Porchat, que foi um dos artistas no canal de humor na rede denominado Porta dos Fundos, no fim das contas acabou sendo contratado para apresentar um programa de entrevistas na emissora TV Record. Outras iniciativas, como o programa “Só pra Parodiar”, do canal de TV fechada Multishow, e “Entubados”, no canal Sony, são tentativas da mídia televisiva em tentar trazer a popularidade dos produtores nas redes para obter mais relevância ao seu suporte, por oferecer conteúdo exclusivo em determinados casos, e pela importância que esses artistas possuem como formadores de opinião do público.

Em agosto deste ano, uma matéria publicada no El País revela que a demanda por conteúdo na internet já é maior do que o da televisão paga, “[...] enquanto 82 milhões de brasileiros, 42% da população, têm costume de assistir a vídeos na rede, os que assistem à TV por assinatura representam 37%. A pesquisa, que ouviu 1.500 pessoas entre 14 e 55 anos, das

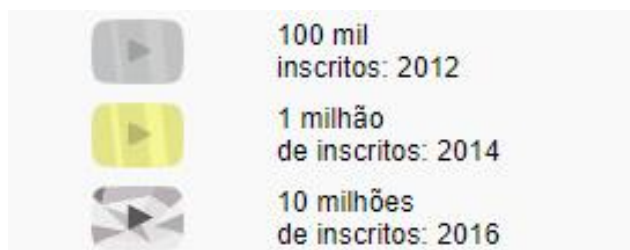
classes A, B e C, revela também que entre os adolescentes a televisão recebe cada vez menos atenção: 89% declarou estar conectado enquanto está diante da tela tradicional."<sup>46</sup>

O Youtube oferece um portal de comunicação direto entre o produtor de conteúdo e seus espectadores, na hora em que eles querem assistir, oferecendo um *feedback* instantâneo por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos nas diversas outras redes, utilizando mídias móveis e alcançando um maior grau de interatividade. E Whindersson acabou encontrando sucesso dentro da comunidade de reprodução de vídeos, o gráfico dos inscritos comprova o ascendente de Whindersson, no qual o canal é visto em um crescimento incrível, uma ascensão sem queda.



**Figura 16 - Gráfico de inscritos do canal, por mês, no Socialblade.<sup>47</sup>**

Algo curioso a tomar conhecimento sobre o quão grande foi a ascensão do Whindersson dentro do Youtube, foram os prêmios que ele recebeu pela plataforma, e a data em que foram alcançadas as metas. Do ano de 2012 para 2014, ele angariou um crescimento de mil por cento, dobrando e em seguida atingindo a meta do 1 milhão aos 10 milhões de inscritos nos dois anos seguintes, entre 2014 e 2016, dobrando esse valor para os 20 milhões em maio de 2017.



**Figura 17 - Prêmios de alcance no número de inscritos no YouTube.<sup>48</sup>**

<sup>46</sup> Fonte: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/13/tecnologia/1502578288\\_835104.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/13/tecnologia/1502578288_835104.html)>. Acesso em: 28 de out. 2017.

<sup>47</sup> Fonte: <<https://socialblade.com/youtube/user/whinderssonnunes/monthly>>. Acesso em: 23 out. 2017.

<sup>48</sup> Fonte: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Whindersson\\_Nunes](https://pt.wikipedia.org/wiki/Whindersson_Nunes)>. Acesso em: 23 out. 2017.

Nando Moura, *youtuber* brasileiro conhecido na cultura popular brasileira, em seu vídeo discutindo sobre um curso online ministrado por Nunes para aspirantes a profissionais da plataforma, diz " [...] O Whindersson Nunes ele tem uma personalidade que é única, e ele tem uma capacidade de pegar atos cotidianos ou acontecimentos cotidianos, fazer uma síntese disso de uma maneira muito engraçada, porque ele consegue embutir a personalidade dele nisso tudo."<sup>49</sup>

Apesar do posicionamento de Whindersson em ser uma figura de simplicidade e humildade em suas vestimentas, linguagem e abordagem ao público, ele divide opiniões dentro da rede. Nando Moura, outro profissional de produção de conteúdo dentro do Youtube, realizou uma crítica sobre a verba utilizada pelo *youtuber* para a realização de um filme autobiográfico, no valor de 7,5 milhões de reais, a ser retirado por um plano de incentivo do governo chamado “Lei Audiovisual”, mais especificamente a Lei Federal 8.685/93, utilizando recursos que seriam destinados a pagamento de impostos, um valor considerável para produção de um filme deste teor.

O que acontece na realidade é que essa iniciativa oferece este tipo de abatimentos nos impostos para pessoas físicas e jurídicas que realizem o financiamento de conteúdo cinematográfico e audiovisual. Quando criticado pelo *youtuber* em questão, Whindersson rebateu com a seguinte frase, replicada no site “Pequenas Empresas, Grandes Negócios”: "Eu viajo há três anos com meu show o Brasil inteiro, nunca aceitei dinheiro de lei de incentivo", "Aí sai uma notícia que um filme que vou participar foi autorizado a captar dinheiro com lei, pronto, o povo pensa que caiu R\$ 7,5 milhões aqui agora"<sup>50</sup>. A maior crítica da população sobre a produção do filme é o fato de que o artista possui recursos para viabilizar a produção do filme, sem a necessidade de utilizar o recurso que seria disponibilizado em obras de infraestrutura, saúde e educação para a população, nos tempos de crise econômica a qual a sociedade está a viver nos dias atuais.

#### 4.1 “VÓ, TÔ REPROVADO”

O vídeo que foi primeiro destaque em meio aos conteúdos que Whindersson produziu durante a carreira, se chama "Vó, tô reprovado", o vídeo apresenta o dilema de um jovem estudante do ensino fundamental ou médio, que infelizmente descobre a notícia de que foi

<sup>49</sup> Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=JG0J2StkwFo> Acesso em: 22 out. 2017.

<sup>50</sup> Fonte: <http://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2017/09/whindersson-nunes-fala-sobre-autorizacao-para-captar-rs-75-milhoes.html> Acesso em: 28 out. 2017.



reprovado nos exames finais do seu ano letivo pelo fato de estar frequentando as redes sociais com muita assiduidade, ao invés de estudar, algo com que muitos jovens brasileiros se identificam dentro do seu cotidiano. A abordagem foi diferencial na aceitação da obra, realizada como um musical no formato de paródia baseada na canção "Vó Tô Estourado", produzido originalmente em 2012 pela banda Garota Safada, bastante conhecida na cultura popular brasileira.



**Figura 18 - Primeiro hit do canal, “Alô vó, tô reprovado”.<sup>51</sup>**

As cenas são captadas com bastante dinamismo e técnicas de edição, enquadramento e angulação, características do gênero musical forró. A utilização de dançarinas foi apropriada e a qualidade técnica foi deveras amadora, mas compreensível, pelos recursos que os jovens dispunham na época. A gravação foi realizada em plena sala de aula, provavelmente onde os jovens estudavam, e algumas cenas em específico no quarto do jovem protagonista do vídeo. A linguagem coloquial, aliada a narração de situação de geração de identificação com os espectadores e a trilha sonora foram determinantes para definir a popularização do vídeo. Esse é um dos vídeos mais utilizados pelo público para remeter-se ao tempo em que ele era mais jovem e humilde, e a qualidade do vídeo não era produzida de maneira profissional no sentido técnico, como suas produções atualmente, mas ainda assim o conteúdo humorístico e sua personalidade marcante ainda eram bastante presentes.

<sup>51</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=o08OoWPWbIs>>. Acesso em: 22 de out. 2017.

#### 4.2 “MÃE DE RICO E MÃE DE POBRE”

O vídeo em comemoração ao dia das mães retrata as experiências mais identificativas que o Whindersson retrata sobre a convivência com mães, utilizando o estereótipo da mãe rica e mãe pobre dentro do construído pela sociedade, nos quais a mãe rica que cria o filho cheio de mimos e carinho, e a mãe pobre que o educa na dureza e ignorância. Pela convivência com suas mães, cada um vê uma identificação de um momento da sua vida com o descrito pelo *youtuber*, de forma humorística.



**Figura 19 - Cena do vídeo “Mãe de rico e mãe de pobre”.<sup>52</sup>**

Whindersson continua a seguir a linha dos seus vídeos tradicionais, ele capta todo o conteúdo em um quarto, falando diretamente para uma câmera, sem a necessidade de equipamento de iluminação adequado, e cortes simples, sem muita edição na composição. A curta dança no início do vídeo é característico do ator, podendo ser até considerado uma marca registrada.

Um ponto interessante a se trazer sobre a relação do *youtuber* humorista com a temática de Debord é o fato de que as suas piadas são retiradas seja de situações factuais do cotidiano com sua mãe, ou com base em experiências de outras pessoas dentro da sociedade, utilizando estereótipos e senso comum. Com a apresentação de casos comportamentais envolvendo o relacionamento materno, não é fácil distinguir qual é o conteúdo factual presente em sua vida, e quais são esses elementos de bagagem dos artistas utilizando

<sup>52</sup> Fonte: <[https://www.youtube.com/watch?v=r\\_XcHwPkCtI](https://www.youtube.com/watch?v=r_XcHwPkCtI)>. Acesso em: 22 de out. 2017.

referências de casos com amigos e o senso comum, ou seja, a distinção do real é deturpada pelo espetáculo da história, tendo esse processo narrativo manipulado a fim de gerar mudança de estado emocional, o humor, por meio do exagero.

A identificação é elemento fundamental na construção da figura pública, mas a maneira a ser retratada a realidade lida com base na realidade fantasiosa e humorista. De acordo com Debord (1997, p.15) “O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva”.

O humor é bastante presente no conteúdo de Whindersson, pois faz parte de sua veia artística, é algo natural dele, e ele expressa o tema da complexa relação dos filhos com suas mães, nas diversas facetas da sua personalidade. A mãe rica, que é tida como o estereótipo da super protetora, cuidadosa e carinhosa, e a mãe pobre, que é tida como a figura mais dura da casa, a que precisa ser forte e além disso, demonstrar força pelas atitudes. A identificação lida mais com a imagem da mãe na cultura brasileira e a relação que o povo possui culturalmente com essa figura que é emocionalmente conectada fortemente com cada um de nós. O vídeo possui atualmente mais de 1 milhão de curtidas e mais de 13 milhões de visualizações dos usuários da plataforma.

Whindersson já publicou outros vídeos em que a temática central é a comparação entre “algo de rico e algo de pobre”, como “Criança de rico e criança de pobre”, “Escola de rico e escola de pobre”, “Casa de rico e casa de pobre”, entre outros. Apesar de atualmente representar a parcela mais abastada da população, classe média/alta, ele atribui elementos de simplicidade e modéstia a sua pessoa, no vestuário, nos temas o qual aborda e na sua linguagem coloquial, a qual serve não apenas para angariar o público geral pela fala, mantendo uma comunicação mais informal, mas também o utilizando como elemento para representar sua figura pública. Já em outras esferas, elementos de publicidade e gerenciamento de imagem pública nas redes sociais, ele demonstra certos graus de ostentação em publicações de conteúdo. Esse padrão de construção de conteúdo de um estereótipo do comportamento e infraestrutura nas camadas sociais é um viés de desenvolvimento de humor do próprio *Youtuber*, considerando o fato que ele veio de origem humilde e hoje compartilha do luxo e conforto que a popularidade e o capital oferecem, dando a ele experiência para utilizar essa realidade como tema de seus vídeos, de forma bastante humorada, o que sempre foi sua abordagem. O Whindersson adolescente, de origem humilde e brincalhão, e o Whindersson abastado, pós sucesso no Youtube e realizado financeiramente, são duas figuras montadas de uma mesma pessoa, dentro da internet.

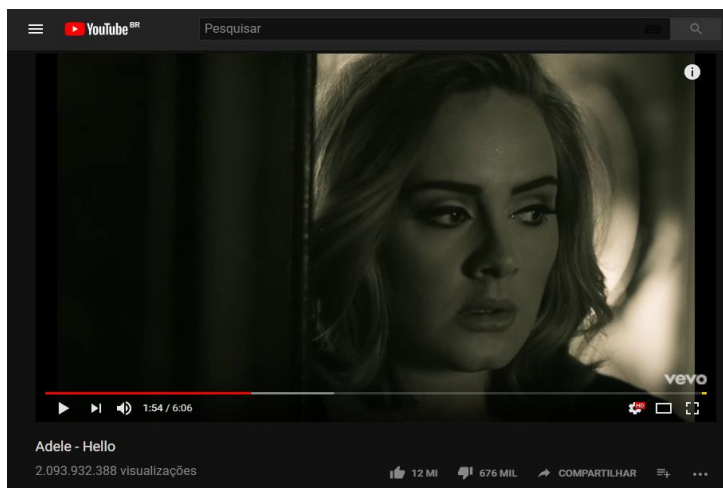
A figura criada pelo Whindersson para representar o papel da mãe é baseada nas próprias experiências dele com sua mãe na vida pessoal, na verdade faz parte da construção de todos nós, seja com as mães que mimam, seja com as mães que corrigem, com as que defendem, ou as que encostam contra a parede, as que lutam para manter seu filho de maneira modesta nos lares mais humildes, ou dando de todo o conforto e luxo que conseguirem em vidas financeiramente mais abastadas. A sua figura de mãe representa nossas próprias experiências com a figura materna, presente na maioria dos lares dentro do contexto de cultura na sociedade brasileira.

#### 4.3 “QUAL É A SENHA DO WIFI?”

O terceiro vídeo analisado também lida com um dilema sociocultural inserido atualmente no Brasil, um dilema do considerado o 9º país com a pior velocidade de internet banda larga.<sup>53</sup> O uso da internet por alguns usuários das conexões por redes móveis, como 3G e 4G, pode ser uma experiência bastante frustrante, pela baixa velocidade de conexão, limite de dados a serem transferidos com o intuito de limitar a conexão de dados a fim de oferecer mais pacotes promocionais de uso desse tráfego de informações, além da falta de cobertura em algumas regiões. Todos esses dilemas do uso móvel de conexão por serviços GSM de operadoras, fazem os usuários utilizarem mais a conexão a cabo, compartilhada pelo uso de roteadores, também conhecido como *WiFi*. A música, baseada em uma obra criada por uma artista internacionalmente conhecida como Adele, que estava em alta nas canções mais populares da época de lançamento, aliado a um tema comumente ligado ao cotidiano das pessoas na sociedade conectada a redes móveis, leva a identificação e aceitação do público com o vídeo, além da dose de humor ao qual Whindersson lida com o tema.

---

<sup>53</sup> Fonte: <<http://veja.abril.com.br/blog/impavido-colosso/brasil-e-o-9-pais-com-a-pior-velocidade-de-internet-banda-larga/>>. Acesso em: 23 de out. 2017.



**Figura 20 - Cantora Adele, em sua composição original de “Hello”.<sup>54</sup>**

A assimilação de um vídeo com mais de 13 milhões de curtidas e mais de 2 bilhões de visualizações, e o uso de uma temática, que apesar de curiosa e estar sempre no dia a dia, de forma silenciosa e banal, como o uso do *WiFi*, de forma humorística, rendeu a Whindersson mais de 2 milhões de curtidas em seu vídeo, junto a mais de 59 milhões de visualizações durante a presente análise, sendo considerado o vídeo mais assistido de seu canal atualmente, de acordo com o *SocialBlade*, site de análise de *feedback* dos conteúdos em plataformas sociais. O uso dos efeitos de vídeo, maquiagem, cortes e edição da qualidade sonora e de vídeo dão à obra um aspecto técnico melhor à obra, em comparação ao vídeo "Alô vó, tô reprovado", mas ainda mantém o humor de qualidade presente no primeiro *hit* do artista.



**Figura 21 - Whindersson, trajado como Adele, realizando a paródia.<sup>55</sup>**

<sup>54</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=YQHsXMglC9A>>. Acesso em: 23 de out. 2017.

<sup>55</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=tWs1E2BfNZE>>. Acesso em: 23 de out. 2017.

	50 Latest Videos	50 Most Viewed Videos	50 Highest Rated	50 Most Relevant		
DATE	VIDEO TITLE	VIEWS	RATING	%	COMMENTS	EST. EARNINGS
2015-12-05	QUAL É A SENHA DO WIFI - Paródia Adele - Hello	59.2M	3M	98.2%	146K	\$29.6K - \$236.8K
2016-06-09	CRIANÇA DE RICO E CRIANÇA DE POBRE	40.6M	4M	99.1%	83K	\$20.3K - \$162.5K
2017-04-09	EU CANSEI DE SER POBRE   Paródia Ed Sheeran - Shape o...	33.4M	2M	98.3%	63K	\$16.7K - \$133.7K
2017-08-02	NA SUA CARA   PARÓDIA Major Lazer - Sua Cara (feat. A...	33.0M	3M	98.4%	101K	\$16.5K - \$131.8K
2016-12-21	WHINDERSOON NUNES em MARMININO (SHOW COMPLETO)	30.9M	2M	98.8%	61K	\$15.4K - \$123.5K
2017-04-21	IMITANDO FUNKEIROS	29.4M	3M	98.4%	117K	\$14.7K - \$117.5K
2016-12-02	FINAL DE ANO DE RICO E DE POBRE	25.4M	3M	99.1%	72K	\$12.7K - \$101.5K
2017-02-24	DIETA PRA QUÊ   Paródia MC Kekel - Namorar Pra Quê? (...)	24.8M	2M	98.1%	51K	\$12.4K - \$99.2K
2017-03-08	LARGA MEU BOY   PARÓDIA The Weeknd - Starboy (officia...	23.3M	2M	98.7%	83K	\$11.6K - \$93.2K
2016-05-01	EU VIREI GAY   PARÓDIA Jorge & Mateus - Sossiguei	22.8M	1M	97.0%	77K	\$11.4K - \$91.0K

Figura 22 - Obras mais vistas do canal “whinderssonnunes”, pelo SocialBlade.<sup>56</sup>

Um ponto interessante a lidar sobre paródias, ela são a perpetuação da representação da obra original, criada com intuito de gerar a mudança de estado emocional por meio da ligação com o conteúdo, na grande maioria dos casos, de forma humorística. De acordo com Debord “Estabelece-se um predomínio da imagem sobre a coisa, da cópia sobre o original, da representação sobre a realidade, da aparência sobre o ser.” (1997, pg. 91), e também declara “Sempre que haja representação independente, o espetáculo se reconstitui” (1997, pg. 18). A repetição é uma forma de adquirir o valor da obra original por referência, e inserir o conteúdo associado que é a intenção do re-produtor da mídia original, inserindo o tom humorístico, no caso de Whindersson.

#### 4.4 “PARÓDIA DE HAIKAISS - RAP LORD”

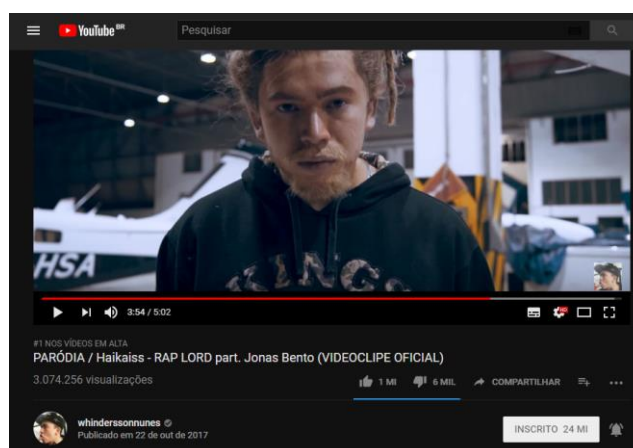


Figura 23 - Vídeo mais recente do canal durante a análise, a paródia “Rap Lord”.<sup>57</sup>

<sup>56</sup> Fonte: <<https://socialblade.com/youtube/user/whinderssonnunes/videos/mostviewed>>. Acesso em: 23 de out. 2017.

<sup>57</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=3Zy6ai9jtgY>>. Acesso em: 23 de out. 2017.

Durante a realização da análise do conteúdo, o artista publicou mais um vídeo, no dia 23 de outubro, e em menos de um dia já possuía a marca de mais de 1 milhão de curtidas e 3 milhões de visualizações, com o potencial de alcançar muito mais *feedbacks* positivos nos próximos dias. Lidando com um tema bastante relevante, o conteúdo do vídeo também é familiar ao cotidiano dos jovens na sociedade brasileira, mais diretamente, a visão crítica sobre a mudança na forma das crianças em lidar com as novas tecnologias, e a mudança de comportamento gerado consequentemente pelo uso excessivo das redes sociais e ideologias que ferem o processo de desenvolvimento de relação entre o indivíduo e a sociedade, bloqueado pelo uso desregulado de ferramentas que promovem a comunicação digital a longa distância, mas ferem as conexões sociais mais próximas e presenciais, algo que é valorizado pelo artista.

Com mais uma paródia realizada de outra banda bastante popular, desta vez na área nacional, a Haikaiss, Whindersson realiza uma crítica social à nova geração de *Youtubers*, que procuram chamar atenção e angariar valor a suas obras nos canais desde muito cedo, com a idade considerada inadequada para desenvolvimento das capacidades de produtor de conteúdo, visto que não possuem a bagagem emocional e experiência de vida para se qualificarem como formadores de opinião dentro da plataforma. O vídeo apresenta qualidade técnica bastante superior a os outros vídeos estudados na análise em vários termos, como composição, enquadramento, cortes, maquiagem e efeitos de tratamento de imagem, mostrando a enorme progressão do artista, em termos técnicos. A participação de outros produtores de conteúdo da plataforma nas performances artísticas, mais especificamente o próprio Felipe Castanhari e o Cocielo, do Canal Canalha, dão maior destaque ao vídeo.



**Figura 24 - Vídeo original, protagonizado por Haikaiss.<sup>58</sup>**

Em comparação ao vídeo original de “Rap Lord” é incrível notar que em apenas um dia a paródia de Whindersson Nunes alcançou a mesma quantidade de 1 milhão de *likes* do vídeo original. Além das visualizações de Whindersson atingirem 3.074.256 em um dia e a de Haikaiss 74.802.637 em 7 meses., é uma proporção muito grande em um espaço de tempo tão curto. Porém é importante frisar que o Rapper tem apenas 2 milhões em comparação aos 24 milhões de seguidores de Whindersson Nunes. Apesar da crítica social do alto consumo de conteúdo pelas novas gerações de produtores e consumidores do Youtube, é desse público que vem todo o prestígio de Whindersson, é essa audiência que consome seu conteúdo e ele aborda de maneira direta. Mesmo com essa crítica, parte do seu público são essas crianças conectadas, e ele precisa delas para alimentar o seu canal na rede social.

#### 4.5 “REAGINDO AO MEU PRIMEIRO VÍDEO”

No último vídeo analisado, publicado pelo Whindersson em 2 de outubro de 2017, após sua performance artística da dança no início do vídeo, o *youtuber* passa a lidar diretamente com os aspectos do desenvolvimento e qualificação profissional na produção de conteúdo, no intuito de promover um curso de ensino sobre como produzir conteúdo de relevância dentro das redes sociais. Com isso em mente, ele realiza a análise técnica de um vídeo produzido por ele mesmo no início de sua carreira, explicando que todo o percurso da carreira do artista não foi desenvolvido apenas por dom, mas por esforço, capacidade técnica e experiência.

<sup>58</sup> Fonte: <[https://www.youtube.com/watch?v=e\\_xGeZDk3Sw](https://www.youtube.com/watch?v=e_xGeZDk3Sw)>. Acesso em: 23 de out. 2017.





**Figura 25 - Whindersson Nunes reagindo a seu primeiro vídeo.<sup>59</sup>**

Após julgar a qualidade técnica do vídeo e a abordagem de si mesmo em outra época de sua vida, no início de sua carreira, chega à conclusão que o sucesso é garantido pelo conteúdo, de forma em que o conteúdo não seja realizado com o intuito de criar estratégias para obtenção das visualizações por meio de *clickbait*s, técnica realizada na qual o título do vídeo chama bastante atenção para o vídeo, mas o conteúdo não apresenta o esperado, o conteúdo apelativo, onde como demonstrado nos vídeos analisados por outros *youtubers*, o conteúdo não possui tanta relevância, comparado às tentativas das menos convencionais possíveis para chamar atenção. A terceira técnica explanada por Whindersson é o *spam*, na qual ele define como o ato de encher posts alheios de *youtubers* famosos ou não, com conteúdo de sua autoria, a fim de chamar atenção do público de um profissional com mais destaque na rede social, para chamá-los a apreciar seu conteúdo.

Após a declaração, ele classifica a identificação e mudança de estado emocional do espectador como forma de gerar empatia pelo canal, visto que como analisado em conteúdos prévios, as situações do cotidiano que lidam com a realidade das pessoas, e levando o contexto do humor dentro da obra, ele consegue aplicar a mudança do estado emocional em relação ao determinado tema. Se aquilo era um tema sério, ou até irrelevante dentro do contexto da bagagem emocional do espectador, agora a situação antes considerada corriqueira, passa a remeter a um produto gerado pelo gerador desse conteúdo direcionado ao público, recordando-o da experiência do vídeo e trazendo o humor dentro do contexto. O melhor conteúdo passa a ser aquele que é associado ao que mais fazemos no dia a dia em sociedade, não sendo necessariamente espetaculoso.

<sup>59</sup> Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=AfsZVob90jo>>. Acesso em: 23 de out. 2017.

Algo curioso sobre a abordagem do Whindersson é que a personificação da sua própria imagem ao público, ele se caracteriza como sendo ator de si mesmo. O personagem interpretado pelo ator é seu “eu” estereotipado, onde ele pega os elementos que compõem sua personalidade e brinca com isso, sua vida singela antes do estrelato, a convivência com sua mãe, a realidade modesta em que vivia e o luxo pós fama, nada escapa da manipulação cômica desses fatos cotidianos para serem feitos comentários engraçados realizando o escárnio de si mesmo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar do sucesso, Whindersson ainda mantém sua temática humorística e veia artística dentro da produção de conteúdo, e ainda continua repetindo a mesma fórmula, mesmo que abordando temas diferentes dentro da sociedade atual. Com a análise do canal, conclui-se que os elementos que angariam os inscritos são basicamente o humor e a irreverência do Whindersson, que retratam a vida como ela é, o ponto de vista dele sobre produção de conteúdo de qualidade, abordados sobre os casos do cotidiano para realizar a identificação com os visualizadores do canal, além da utilização de videoclipes de paródia com montagem e edição similares aos originais, a fim de transmitir uma mensagem sobre pontos que às vezes são ignorados em meio ao dia a dia.

O humor do Whindersson é o espetáculo, unido à figura que a população monta do personagem e também pessoa, sua história, sua origem, o que ele representa para a plataforma, o garoto que cresceu junto com o Youtube e publica seu conteúdo há mais de 7 anos, todos esses valores juntos a seu ponto de vista sobre os temas da vida cotidiana e também o mundo. A escolha de produção do conteúdo de qualidade ao invés do realizado apenas para adquirir curtidas e visualizações é louvável, isso é um ponto que leva as pessoas a gostarem dele não pelo que ele faz, mas pelo que ele é, e o que ele faz se torna um complemento, passando a ser a sua figura mais importante do que o conteúdo do vídeo.

Esse fator atribui-se ao fato dele ser um ator comediante, a experiência em produção de conteúdo humorístico seja em shows de *stand up* ou na produção de conteúdo audiovisual, contribuem para o desenvolvimento da sua postura profissional, ao adquirir maior experiência como ator, e o leva a desenvolver mais piadas, conforme sua capacidade de memorização e conhecimento de piadas sobre o tema que lida sobre sua vida e sobre a experiência de jovens como ele se portam. Porém a figura do Whindersson é uma mera representação de sua atuação, ele não é mais um jovem desprovido de capital e de família humilde, mas sim um ator de comédia bem sucedido devido a suas atuações e performances artísticas nos meios de comunicação, e toda sua conquista foi realizada com base na espetacularização da vida em que levava, e utilizando essas características como ferramenta de identificação com uma geração que há cada dia é mais conectada, com seus dilemas sociais diários, situações inusitadas do cotidiano e personalidade amistosa ao público. O humor o promoveu a outro patamar acima de outros jovens *youtubers* pela qualidade da atuação e da espetacularização com que conta suas histórias e lida com seus dilemas. Mas o que se leva é a impressão que é a mesma pessoa, mas o fato é que isso compõe o personagem dele, não representando sua

qualificação como pessoa, mas a própria caricatura do personagem por meio de sua representação ideológica, postura e expressão.

Uma consideração importante a se fazer é demonstrar a importância que essa figura pública tem para o desenvolvimento da comunicação nas redes sociais na atualidade, o que aumenta sua responsabilidade com a audiência, por ser um formador de opinião, líder de um grupo muito maior de seguidores, sendo o segundo no cenário internacional de uma plataforma de rede social digital. Isso toma um rumo não antes visto do acompanhamento de milhões de pessoas em cima de uma vida de uma forma tão particular, sem a necessidade de emissoras, estúdios profissionais de transmissão e equipamentos caríssimos, como era na comunicação de massa nos dias de ontem. Isso dá o poder de elaborar seu conteúdo crítico na sociedade em forma de humor, como realizou com um seu videoclipe parodiando Haikaiss.

O humor não é uma ferramenta de conformismo, e possui o poder para inserir mensagens de transformação e conscientização em suas palavras. O humor crítico demonstrado no último vídeo demonstra esse poder e importância do conteúdo frente à opinião pública, visto que a experiência de Whindersson, aliado ao fato de ser um gigante veterano dentro da plataforma e um amado do público, lhe dá o poder e o direito de mover multidões, às quais os produtores de conteúdo que fazem o conteúdo pelo *like* não conseguem.

A teoria discutida por Debord é considerada de bastante importância no sentido em que nos leva a ter uma análise crítica sobre as diversas produções socioculturais dentro do nosso universo midiático. Com a potencialização da comunicação em diversos canais de conteúdo, com cada um segmentado em seu formato de distribuição, as formas de espetacularização de conteúdo se segmentam também em suas mais diversas facetas dentro das redes sociais. A forma de fazer conteúdo mudou, o poder de escolha está nas mãos do espectador, mais que nunca, e o que mais define sua escolha são seus perfis, seus gostos, o que o identifica, o que o satisfaz. E é nesse cenário que o Whindersson entra. Cabe ao profissional crítico da sociedade analisar o conteúdo ao qual está consumido, e identificar as segmentações de disseminação da espetacularização, em cada caso especial, e em cada ação realizada por profissionais de *Youtube*, movidos por inscritos e curtidas.

Para uma melhor compreensão neste trabalho, faltaram pesquisas mais aprofundadas nas outras redes sociais as quais Whindersson Nunes faz parte como *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* e *Snapchat*. Além de apresentar os efeitos colaterais após o filme o qual ele está fazendo parte estreie, o que infelizmente só acontecer após a conclusão deste trabalho no dia 30 de novembro, o filme é intitulado “Os Parças” e além de Whindersson no elenco principal

também se encontra presente outras grandes figuras da comédia brasileira como Tom Cavalcante e Tirulipa. Em relação aos estudos futuros, pretende-se relacionar esse presente trabalho com mídia, cotidiano e imaginário, o transformando em um artigo a ser publicado futuramente e apresentado em conferências e congressos.

## 6 REFERÊNCIAS

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**, editora brasiliense 2013.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia - De Gutenberg à internet**, Zahar, 2009.

COELHO, Cláudio; CASTRO, Valdir. **Comunicação e sociedade do espetáculo**, Paulus, 2006.

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação - Do grito ao satélite**, Editora Mantiqueira, 2002.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo**, Contraponto, 1997.

DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**, Atlas, 2014.

FILHO, Ciro. **Dicionário da comunicação**, Paulus, 2014.

KELLNER, D. **A Cultura da Mídia e o Triunfo do Espectáculo**. 6ª. ed: 2004 Líbero, Ano IV.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**, Editora Ática, 2008.

MARTINO, Luís. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**, VOZES, 2015.

PARRY, Roger. **A ascensão da mídia -A história dos meios de comunicação de Gilgamesh ao Google**, Campus, 2012.

PRIETO, Guillermo Ballenato. **Comunicação eficaz: teoria e prática da comunicação humana**, Escolar Editora, 2013.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação: Da fala à internet**, Paulinas, 2010.

VICENTE, Eliane. **Redes Sociais - Ciberespaço: novas formas de interpretação das redes sociais**, Viena, 2014.